Overview of Environmental Attributes of Food and Beverages with Potential to Influence Agri-Food Trade in Four Export Markets

prepared for:
Agriculture and Agri-Food Canada

prepared by:
Marbek Resource Consultants

September, 1996

Index

- Executive Summary
- Overview
- Japan
- European Union
- Germany
- United States of America
- Bibliography
- Contact for Further Information

Executive Summary

Food Bureau

Home
Consumer
Disclaimer
E-Commerce
Environment
Employees
Industry Associations
Industry Information
Functional Foods & Nutraceuticals
MISB Home
Presentations/ Speeches
Profiles
Regulations
Seafood

This study was undertaken to examine environmental attributes of agri-food products that have the potential to affect export trade in four key markets for Canada: Japan, the European Union, Germany, and the United States. Environmentally based regulations and consumer preferences concerning five such attributes of food and beverage products were examined in each export market. The five attributes are:

- Packaging
- Organic Food Production
- Animal Welfare in Food Production
- Labelling for Environmental Attributes
- Environmental and Quality Management Standards

Of these environmental attributes considered, only two seem to be really important in differentiating among food products either by regulation or consumer preference. Rapidly evolving national packaging waste management legislation is the most important regulatory development affecting agri-food trade in Canada's key export markets. Failure to comply with packaging regulations may exclude products from export markets, but knowing the scheme of eco-taxes and fees will allow exporters to choose an acceptable, economical packaging format. The trend towards less intensively produced food is the most important consumer trend identified. This trend may be expressed through the choice of organic food or foods produced with lower chemical input, or through support for higher standards of animal welfare. For the majority of consumers, however, cost, convenience and quality matter more than achieving environmental protection through food purchases.

Move on to Overview section
Return to Index

Overview

Introduction
Focus of the Study
Method and Limitations
Agri-Food Trade and the Environment
Significant Findings

Introduction

Canadian producers and exporters of food products face a range of regulatory requirements and consumer preferences in foreign markets which may be substantially different from those in Canadian markets. These different regulations and preferences can present both opportunities and barriers to Canadian businesses. This study has been undertaken to search for, organize, and report information available from secondary sources about the environmental attributes of food that are important to regulators and consumers in four key markets for Canadian producers and exporters: Japan, the European Union, Germany, and the United States.

Focus of the Study

To develop a list of the environmental attributes of food which are the basis of regulatory or consumer differentiation among similar products, a preliminary review was made of reports on international food trade, on consumer trends and food industry practice, and reports on regulation and characteristics of the food market in the four export destinations. Based on this initial scan of the issues which might be used to distinguish among agri-food products on environmental grounds, a number of attributes of product and packaging was proposed for study in each market. Five environmental attributes of food and beverage products were designated for examination of environmentally based regulations or consumer preferences in each export market:

1. Packaging
2. Organic Food Production
3. Animal Welfare in Food Production
4. Labelling for Environmental Attributes
5. Environmental and Quality Management Standards

A discussion of each of these issues is given in the individual market reports.

Other aspects of food production and processing with environmental implications which were initially considered but not reviewed for each geographical area are briefly described below:

1. Process and Production Methods
2. Genetically Modified Organisms
3. Food Irradiation
4. Vegetarianism
5. Food Safety, Nutrition and Quality

Environmental constraints on process and production methods (ppm's) in a foreign country are generally not permitted under international trade rules (see Section 1.4: International Treaties). PPM's may be constrained in foreign production if food safety is at issue. Governments in Canada's key export markets are debating whether food from genetically modified organisms should be approved and what conditions must be attached to that approval. Environment and health concerns and the need to provide consumer information on genetically modified food all figure in the debate. Food irradiation has very limited commercial use in Canada and is not significant in export trade. The trend toward vegetarianism and more meatless meals in Europe and North America may have a basis that is partly environmental. The implications of this market trend for food producers are self-evident. Finally, food safety, quality and nutritional value were not considered because the scope of issues was restricted to those with an underlying environmental basis.

Method and Limitations

A search strategy was followed to find reports in the public domain from the professional and trade literature, from Canadian and American government sources, from industry associations, and from environment and consumer organisations. Project resources confined the search to information which is available from secondary sources, but several personal contacts and interviews were made to expand the search. The search strategy is detailed in Figure 1.

The search for information was most successful for the European and Japanese markets and least successful for the United States. This is in part due to the fact that the most useful resources located were those which reported only on the European food trade and those that are intended to aid American exporters, and these resources consequently didn't report on the American market.

Adequate information on some environmental attributes proposed as the basis for differentiating food products could not be found. Although an absence of information may not be conclusive, it strongly suggests that some of the environmental attributes proposed for study are not important to agri-food regulators and consumers. Access to consumer research on environmental trends was very limited.

Figure 1: General Search Strategy - Global Information Resources

1. **Agriculture and Food Science Databases:** Searches by environmental topic were carried out on cd-rom and on-line information products, including Foods Intelligence, Food Science and Technology Abstracts, Commonwealth Agricultural Bureaux, and AGRICOLA. These searches produced some good references to journal articles. Environmental issues are reported more extensively for agriculture than for food processing. Searches of environmental databases for food-related topics were unproductive.

2. **Food Science and Trade Journals:** Periodicals which were reviewed included the EuroFood Journal, Journal of International Food and Agribusiness Marketing, Food Technology.

3. **Bureau of National Affairs International Environment Reporter:** This bimonthly environmental news digest reports a range of environmental matters, organised by country and environmental subject. Packaging waste management, environmental management standards and EU issues are extensively covered. The American market is not covered.

4. **National Trade Data Bank by the US Department of Commerce:** Background reports retrieved included country commercial guides with coverage on trade regulations, country food market reports and special situation reports, for example, packaging in Japan and organic food in Denmark and Germany.

5. **Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT)- Ottawa:** Trade commissioners for each market

were contacted by telephone and asked for reports and references to other information sources. Staff in other sections such as trade opportunities were also contacted. In general, there was little information on environmental aspects of trade or the specific issues identified for this study such as packaging, animal welfare, or eco-labelling.

6. **DFAIT - Inquiry Centre & Infoline Faxback:** Reports on food trends in the some of the export markets were retrieved. These reports offer little analysis, and no reports on environmental aspects of the food market were obtained.

7. **DFAIT Overseas - Agricultural Trade Commissioners:** Requests were made by fax and telephone to the agricultural trade commissioner in posts in each market. Agriculture and Agri-Food Canada assisted with follow up requests to the posts, asking for a response.

8. **Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC):** Requests for information and interviews were made with staff working on trade issues for the geographic area of each market and people with sector responsibilities such as organic, packaging, environment, and labelling. Agri-food profile reports for France, UK, Germany and a market assessment report Japan were obtained, but little information was obtained on environmental aspects of trade. From subject specialists, there was good information on organic food production and regulation.

9. **Agri-Food Trade Network by AAFC and DFAIT:** Trade statistics were obtained from Statistics Canada and AAFC reports, as well as DFAIT post intelligence and AAFC market reports.

10. **Environment and Consumer Non-governmental Organisations:** Information requests were made by fax and telephone to various groups in Europe, Japan and USA, including but not limited to: Greenpeace, the European Environment Bureau, Dutch Federation for Nature and the Environment, the International Federation of Organic Movements, and People for the Ethical Treatment of Animals. The response was very limited from NGO's.

11. **Industry Associations:** Contacts included the Packaging Packaging Association of Canada, the Canadian Exporters' Association, the Canadian Manufacturers Association, Council on Packaging and the Environment, and the Japanese External Trade Relations Organisation (JETRO).

12. **World Wide Web:** The Internet search strategy included examining government sites such as the AAFC ACEIS site, Industry Canada's Stategis, and DFAIT's site, as well as German and American government sites. Industry association sites included Foodnet and the JETRO site. NGO sites included those of several environmental, animal welfare, and vegetarian groups.

13. **World Wide Web:** The Internet search strategy included examining government sites such as the AAFC ACEIS site, Industry Canada's Stategis, and DFAIT's site, as well as German and American government sites. Industry association sites included Foodnet and the JETRO site. NGO sites included those of several environmental, animal welfare, and vegetarian groups.

Agri-Food Trade and the Environment

The value of global agri-food exports was US $400 billion in 1993 and Canada's share of this trade is slightly more than 3 percent. The Canadian agri-food industry sector has set a goal of increasing exports to $20 billion by 2000, a 50 percent increase from the 1993 base year level of $13.3 billion. To achieve this goal, the level of exports of value-added, consumer-ready products must be significantly increased. In the highly competitive global trading environment, Canada has an important natural advantage - its reputation abroad as a vast land, clean and unpolluted, and a source of safe, wholesome, high quality food. Canadian food export strategy capitalizes on that reputation now. This favourable perception abroad can be enhanced if the agri-food industry is aware of and in compliance with environmental regulations in its export markets. A further opportunity to link Canada's food and beverage exports with a positive environmental image lies in responding to a few clearly identified environmental priorities of consumers.

Pressure to change agri-food industry practices to achieve environmental objectives can be exerted through both regulatory means and market forces. Following is a brief description of the potential for impact on agri-food trade that arises from four key sources, two regulatory, and two market-based:

International Treaties

International trade and environment are increasing linked through environmental provisions in trade agreements such as

the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) and the North American Free Trade Agreement and by trade provisions in multilateral environmental agreements such as the Montreal Protocol on Ozone Depletion. Under the rules of the GATT, the most important international trade-liberalizing agreement, trade may be restricted on environmental grounds if the measures:

i. are necessary to protect human, animal, or plant life and health; or

ii. relate to the conservation of exhaustible natural resources if such measures are made effective in conjunction with restrictions on domestic production or consumption.

Prior to January 1995, in eight disputes before the GATT in which these environmental grounds were claimed as the reason for implementing a trade restriction, no claimant succeeded with that defence. Nevertheless, trade can be disrupted on environmental claims which are not permitted under GATT rules, resulting in long-lasting adverse effects for the commodity seller while the matter is being adjudicated.

National Legislation

Environmental regulation can affect domestic production of agri-food through pollution prevention measures for agriculture and industry within the borders of the country. Attempts to regulate production and process methods outside the country of consumption, intended to achieve environmental protection in the producing region are unlikely to be permitted under GATT rules, now administered by the World Trade Organisation. Regulation of the environmental effects that imports may cause in the consuming country is permissible. An example of such regulation is solid waste management law, and packaging waste law in particular, which is changing rapidly in key Canadian export markets.

Market-based economic instruments

Environmental objectives can be attained through targeted use of financial incentives. Such incentives include subsidies paid to farmers who convert to more sustainable agricultural practices, premiums paid for goods produced by environmentally preferable methods (eg. organic cultivation), and giving preferential access in international trade to goods with desirable environmental characteristics. Voluntary labelling programs which discriminate on the basis of environmental, social, or other criteria can affect trade by increasing sales and production of goods with the perceived desirable quality. As another example, the levies and taxes on packaging materials make some packaging design choices uneconomic, thereby

altering consumption of packaging resources to designs with lower environmental impact.

Consumer Preferences

Consumers can strongly affect markets for goods by selecting products for positive environmental or social characteristics, as well as by avoiding products because of negative attributes of the product. Product boycotts may also be based on corporate or government environmental action in the producing country. Retailers can support and create consumer demand, and are able to choose goods for sale based on process and production methods, a course of action that is not available to national governments because of GATT rules.

Significant Findings

Of all the environmental attributes considered, only two seem to be really important in differentiating among food products either by regulation or consumer preference. These are product packaging and the trend towards foods produced with lower input intensity, whether by organic cultivation or some other method. Failure to comply with packaging law in a given export market may constitute an absolute barrier to market entry. Recognizing that there is a growing number of affluent consumers who will pay premium prices for food perceived to be safer, more nutritious, or guilt-free and adapting to less intensive methods of food production may create significant export opportunities.

The most significant environmental regulatory development affecting ordinary agri-food trade is the proliferation of national packaging waste management law. By the end of 1996, new regulations on packaging waste will have been implemented in Japan, Germany, and most European Union member states. The legislation is characterized by targets for levels of recycling and recovery specified by material type, fees levied on packaging to support reuse and recycling schemes, and in some countries, complete bans and prohibitive eco-taxes on certain kinds of single-use containers. Typically the importer bears responsibility for fee-based participation in the local material recovery scheme, but the Canadian exporter should know how to minimize costs through packaging material selection. In the USA, packaging waste legislation varies from state to state and may address material restrictions, recycling, fees and taxes, and bans. A watching brief on developing waste packaging legislation in all key export markets should be maintained.

The consumer trend thought to have the most significance for environmental differentiation of food products is a preference for less intensively produced and processed food. Consumer health and environmental impact of production are both considered important by people who choose to eat organic foods and foods with a lesser amount of chemical input than conventionally produced food. For many, an aversion to factory farming methods and rising concern for animal welfare are other expressions of this wish for less intensity in food production. This preference for less intensively produced food is strongest in the European Union. Within the EU, however, demand for organic food is predicted to rise to only 2.5 percent of total food consumption by 2000. The organic foods in most demand are basic food commodities and not highly processed, high value-added goods. For the majority of shoppers, price, quality, and convenience are more important than achieving environmental improvement through their food purchasing behaviour.

There is privately-commissioned research on consumer attitudes about environmental issues and food purchases in the export markets of interest. Purchase of consumer research on selected issues such as organic food and animal welfare in Europe should be considered.

Complying with packaging regulation and adapting to consumer preference for food with lower input intensity will be important export market factors for some time to come, but transient conditions can also dramatically affect agri-food trade. Consumer boycotts, triggered by displeasure with a government policy or action can have major temporary impacts on agri-food trade. Canada takes advantage of its very favourable environmental reputation overseas, but a food safety scare or an unpopular action such as restoring the seal hunt could curtail exports in sensitive markets.

Move on to Japan section
Return to Index

Japan

Background
Packaging
Organic Food Production
Animal Welfare in Food Production
Labelling for Environmental Attributes
Environmental and Quality Management Standards
Recommended for Further Information

Key Points:

- New food packaging law
- Rising demand for organic/ healthy food

Background

Japan is the world's largest net agri-food importer, purchasing 60 percent of its agri-food requirements overseas, for a total of US $31.1 billion in 1994, or US $47.1 billion, including fish and fish products. The share of processed food imports is considerably smaller, however, at about 5 percent of food requirements. Most imports are raw materials and semi-processed food ingredients. High domestic production costs, the appreciation of the yen, falling agricultural import barriers, and operation of Japanese-owned food processing facilities outside the country have all contributed to the rising level of imports. The current trend of rising imports of agri-food and processed foods is expected to persist for several years.

Canadian agri-food exports to Japan were $1.62 billion in 1994, corresponding to 5.4 percent of total Japanese agri-food imports. Bulk commodities used as raw materials in Japanese processing plants comprise the majority of Canadian exports. High value-added foods and beverages account for a relatively small proportion of Canadian exports. Further details on Japanese-Canadian agri-food trade are given in Figure 2.

The environmental legislation of most importance to agri-food exporters to Japan is the Food Packaging Materials Recycling Law of 1995, which is further discussed in the section on packaging. Food safety, quality and labelling are regulated under the Food Sanitation Law and the Japanese Agricultural Standards Law. Some collateral environmental benefits are

derived from the strict approach taken in the Food Sanitation Law to food additives, which permits only a limited number of substances to be added to food. For example, post-harvest fumigation of crops with methyl bromide, an ozone depleter, is not permitted. Standards for pesticide residues in foods have had the effect of changing pesticide use in the producing countries.

Japanese consumers are reported to be very concerned about the safety and quality of foreign food while at the same time being receptive to new food products and adapting to an increasingly international diet. Very little information on the activity of Japanese consumer and environment groups with regard to food issues was obtained.

Packaging

Legislation

The Food Packaging Materials Recycling Law was enacted in 1995. It requires manufacturers, importers and retailers of food and beverages and manufacturers of containers to establish an organisation to accept and recycle containers which have been collected and sorted by municipalities. Municipalities must submit plans to the government for the collection and sorting of recyclable waste packaging. The collection and recycling system must be in place by April 1, 1997 for three materials: glass bottles, cans, and PET (polyethylene terphthalate). Inclusion of paper and plastic in the recycling program will be delayed until April 1, 2000. Targets for recovery and recycling will be set for each type of waste by the end of 1996. Costs will be allocated by material type between manufacturing and distribution levels in a manner yet to be determined.

There is no indication that foreign producers and exporters will participate directly in funding the collection and recycling scheme, but food importers will be required to contribute. Costs of all packaged agri-food products, including imports, will rise to cover the additional costs of waste management. Different costs for material types may encourage food processors to switch their packaging to lower cost materials or to the materials that are temporarily exempt from the collection and recycling scheme.

Industry Activity

Grocery retailers and the food service industry have begun to implement packaging waste reduction programs. For example, one major grocery chain is phasing in reusable transportation

containers for fresh produce and eliminating some in-store packaging, reducing wastes and costs and preparing for implementation of the food packaging recycling law in April 1997. Some of these waste reduction initiatives are a sharp reversal in agri-food industry practice, where consumer expectations of high food quality are reflected by processors in the use of high quality food packaging to achieve an impressive presentation. Packaging design will change as a result of new legislation, but it is probable that the appearance of quality in packaging will continue to be necessary for successful marketing of processed food at the retail level.

Implications

Canadian producers and exporters should monitor packaging legislation developments in 1996, as Japanese municipalities pass legislation to fulfil their requirements and as recovery and recycling targets for different packaging materials is set. Also important will be monitoring of voluntary agreements by industry such as the restriction on PET beverage bottles which was in effect until recently.

Organic Food Production

Legislation

The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries introduced guidelines in 1993 for the labelling of organic agricultural products. Six classes of products may be labelled, according to the cultivation method used, ranging from reduced use of chemical fertilizers or chemically-synthesized pesticides to cultivation in soil which has not been treated for more than three years with such fertilizers or pesticides. These guidelines apply only to products grown in Japan; foreign-grown produce cannot qualify. Certification programs for organic foods from Europe and the USA are recognized in Japan, and the quality of certified foreign organic food is regarded favourably; however, the large number of American (and presumably Canadian) certification programs has resulted in consumer confusion and skepticism. This situation may be alleviated by the development of an international standard for organic food production and labelling under Codex Alimentarius, work that is ongoing now.

Market

The Japanese market for organic food was worth US $500 million in 1994. Imports were about US $5 million, or 1 percent of the total. It is estimated that demand for organic produce has

grown at an annual rate of 20 percent since the mid 1980's. The Japanese government estimates domestic production of organic vegetables at about 1 percent of all vegetable production and the number of farming households using organic methods also at 1 percent. About 90 percent of retailers stock some organic produce, but difficulties are cited in using standard channels for distribution. Consumer co-ops and consumer groups are together the largest distributors of organic agricultural products in Japan. They tend to be allied with domestic producers and have contracts directly with Japanese growers, bypassing the regular distribution system.

Interest in organic food is increasing among retailers, restaurant operators, food processors and consumers. While concern for food safety is given by Japanese consumers as the most important reason for buying organic foods, there is also an element of environmental awareness in the organic food consumer, particularly about the use of agricultural chemicals and sustainability of Japanese agriculture (Your Market in Japan - Organic Vegetables, JETRO, 1994).

There is a strongly growing demand in Japan for health-oriented and physiologically-functional food and drink, which is expected to continue as the population ages and the dietary emphasis on health and food safety continues. While this trend does not have a basis in environmental conservation, it may represent an excellent opportunity for Canadian organic producers in the Japanese market, if organic foods from Canada are marketed as consistently superior in safety, quality, and nutritional value.

Animal Welfare in Food Production

No information was found to support the contention that there is a high level of concern for animal welfare in food production in Japan. While a definite conclusion cannot be drawn without further investigation, it suggests that animal welfare considerations are not a strong market force with Japanese consumers.

Labelling for Environmental Attributes

The Food Sanitation Law, administered by the Ministry of Health and Welfare, prescribes mandatory standards for quality labelling of processed food and beverages. The Japanese Agricultural Standard (JAS) is a voluntary product quality and labelling mark, administered by the Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF). There are 329 JAS standards

and 46 quality labelling standards for agri-food products. Foreign goods may qualify. Other laws deal with marks and labels related to misleading representations and measurement. The use of environmental claims in labelling and advertising is not regulated.

Details are not available now, but it is expected that a marking system will be required for all food and beverage packaging to facilitate sorting and recycling of waste containers under the new packaging recycling law.

The MAFF guidelines for organic agricultural product guidelines provide for labelling of six classes of products, each with wording to describe the attribute of the class. This labelling is voluntary and it applies only to domestically-grown produce.

The Japanese Eco-Mark environmental labelling program is a voluntary scheme for promotion of environmentally-superior consumer goods. This program has standards for eight categories of food and beverage products.

Environmental and Quality Management Standards

All processed food must meet mandatory standards for quality and labelling under the Food Sanitation Law. To obtain approval to export to Japan, food processors must supply detailed information on food processing methods and food ingredients. Products must be tested and approved for compliance with Japanese standards prior to importation. Failure to continue to meet food safety standards may result in withdrawal of the product from the market until the noncompliance has been corrected and improved quality control has been implemented. Canadian bottled water was withdrawn from Japan in 1995 for this reason.

Adherence to formal quality management standards such as ISO 9000 is not a usual requirement for suppliers to the Japanese agri-food industry. In a recently conducted survey of Japanese manufacturing companies, one quarter of respondents expressed an intention to register for ISO 14000 Environmental Management Standards. The potential impact on agri-food imports is not known.

Recommended for Further Information

Japan External Trade Organisation

181 University Avenue, Suite 1600
Toronto, Ontario
M5H 3M7
Tel: (416) 861-0000

Move on to European Union section
Return to Index

Date Modified: 2001 05 08

Important Notices and Disclaimers

[Français | Contact Us | Help | Search | Canada Site]
[AAFC Online | Links | Newsroom | What's New | Site Index]

European Union

Background
Packaging
Organic Food Production
Animal Welfare in Food Production
Labelling for Environmental Attributes
Environmental and Quality Management Standards
Recommended for Further Information

Key Points:

- New food packaging waste laws
- Rising demand for organic
- Labelling for environment
- animal welfare

Background

The European Union (EU) is an economic and administrative bloc of fifteen western European member countries which have ratified the Maastricht Treaty of European Union. The goal of the Treaty is to create monetary and economic union among member states. In effect, the EU is a single market of 360 million people with free flow of goods, labour and capital. The European Union is the largest market in the world for agri-food products. European agri-food industries are partly protected from third-country imports of processed foods by quotas and taxes, as part of the EU Common Agricultural Policy. These barriers will gradually be reduced as the Uruguay Round of GATT negotiations is implemented.

The value of EU agri-food trade, including intra-member state trade was US $200 billion in 1993. Canadian agri-food exports to the European Union in 1994 were valued at $1.4 billion. The major markets for Canadian agri-food were the four countries with the largest economies: the United Kingdom, France, Germany, and Italy. Detail on agri-food trade with each of these countries is given in Figures 3 to 6. Belgium and the Netherlands, with excellent port and transportation facilities are the primary destinations of about 40 percent of Canadian agri-food exports which are then distributed within Europe.

Legislation may be enacted at all levels of government in the

EU. The EU policy of subsidiarity in environmental matters means that decisions should be made at the government level closest to the people affected. Thus, although the EU is conceptually a single market, different environmental laws in the member states may create barriers to goods in one country but not others. EU laws affecting agri-food exports and the environment may be EU regulations, which apply to members as would national laws, or EU directives, which require members to achieve specified results, while leaving member states considerable flexibility in the means to achieve these results.

The Fifth Action Programme on the Environment for the European Union encourages environmental cost accounting of commodities so that environmentally friendly products are at a competitive advantage. As European agricultural policy and practice increasingly integrate environmental considerations and the goal of sustainability, affluent consumers may expect food imports to reflect European agri-environmental values. Some agricultural and land use practices subsidized under the EU agri-environment regulation are: organic farming, integrated pest management, biodiversity protection, and conservation of water and soil quality. An extensive reform to EU food law is expected to begin following the release in 1996 of the Green Paper on EU food law and lengthy public consultations. At issue is whether reform will focus narrowly on the regulation of such matters as food safety, ingredient disclosure and labelling, or whether a broader approach to encompass the objectives of several interest groups, including environmental groups, will be undertaken.

Packaging

EU Directive

EC Directive 94/62 on packaging and packaging waste, passed in December 1994, addresses the environmental problem of packaging waste management in Europe which has been exacerbated by a shortage of landfill space and the potential trade disruptions arising from divergent legislation by member states. EC Directive 94/62 sets targets for waste recovery and waste recycling of packaging material and requires member states to collect data on packaging flows. Packaging must be the minimum required for safety, hygiene, and consumer acceptance. Noxious and hazardous constituents must be minimized, and packaging should be suitable for reuse, recycling, energy recovery or composting. Maximum levels of heavy metals in packaging material and coatings have been set. A mandatory classification and marking system to facilitate

sorting and recycling will be adopted by the end of 1996. After December 1997, non-conforming packaging will be prohibited.

Member states are required to implement the EC Directive through national legislation by June 30, 1996, and are free to choose the means of doing so, provided that distortions of the internal market are avoided and compliance of other member states is not hindered. National goals for recovery and recycling may exceed those in the EC directive.

Member State Legislation

Germany led Europe in 1991 with comprehensive packaging waste legislation requiring responsible parties to accept returned packaging. Collection and sorting of packaging waste are financed by licence fees paid by manufacturers, importers and fillers for the green dot trade mark, managed by Duales System Deutschland. While manufacturers and retailers are free to set up other waste management systems, as a practical matter, consumer goods without the green dot on packaging are unlikely to be accepted by retailers for sale.

French packaging waste law assigns responsibility for recovery and recycling of packaging as follows: sales packaging by manufacturers and importers, transportation packaging by retailers. Eco-Emballages S.A. was founded to collect and sort waste on a national basis. Flexibility is allowed in the exercise of packaging waste management responsibility. At present, payment of licence fees for the trade mark "Point Eco-Emballages" does not appear to be mandatory for packaged goods. This may change as operations are expanded from municipal pilot programs to a national scale.

In the United Kingdom and Italy, Canada's other two largest European agri-food export markets, existing waste packaging legislation is limited in scope. New regulations may be expected in 1996 as these countries implement EC Directive 94/62.

Belgium has combined the licence-based German model of fees paid by brand owners, packagers and importers, assessed by material type and quantity, with recent eco-tax legislation. Companies can avoid these supplementary taxes on glass containers and beverage cans if national recovery targets are met, and if deposit, return and refill systems are instituted. In the case of beverage cartons and corrugated, eco-taxes are not required if specified recycled content levels are achieved.

Within the remaining European Union countries, the state of packaging waste management is also quite variable. For example, Greece, Ireland and Portugal are permitted a slower implementation schedule for EC Directive 94/62 with lower

targets for recovery of waste, while in the Netherlands, the national environmental plan calls for complete elimination of waste disposal by landfill by 2000.

Implications

Canadian producers and exporters of value-added goods packaged for sale at retail should be acutely aware of the details of packaging law in their export markets. Both the type and amount of packaging material are important in determining waste management fees which will be paid by the importer of Canadian goods and thus reflected in the cost. The waste management fees and supplementary taxes will vary among member states. European packaging waste legislation should be monitored closely as countries implement new laws in 1996 and following years.

Organic Food Production

Legislation

EC Regulation 2092/91 on organic agricultural production regulates the means of production, inspection, and labelling, and provides for certification of third country imports, administered by national authorities. The regulation applies to products of both plant and animal origin, although currently only processed and unprocessed products of plant origin are certified under this regulation. Amendments to the regulation to include meat, poultry and dairy products are close to being finalized. The regulation provides for labelling of unprocessed and processed foods in three categories: 95% organic ingredients, 50% to 95% organic ingredients, and products from holdings in the process of conversion to organic. Some member states also have national legislation for organic production of meat, poultry and dairy products. Currently, Canadian exporters of organic produce must obtain EU certification for each shipment. Once Canadian organic food production legislation is in place, Canada will apply for status as an accredited exporter, with the goal of EU recognition of Canadian organic certification.

Market

The European Union is the largest market for organic food. In 1994, it was estimated that the market share of organic products was about 0.5 percent of the total market in agricultural products for the EU, or $1 billion. Market studies have forecast a rapid growth rate in organic food consumption to about 2.5 percent by 2000 for the fifteen member states of

the EU. The number of farms using organic methods and the area under organic cultivation have increased substantially in the last decade, aided in large measure by the 1992 EU agri-environment regulation which provides financial incentives to farmers who convert to organic production.

Demand for organic products varies by product type and among countries, but is generally stronger in northern European countries and less pronounced in Mediterranean countries. Denmark, Germany, Austria, Sweden and the Netherlands are regarded as leaders in the demand for organic products and conversion to organic farming. In Denmark, where organic food sales are projected to reach a 20 percent market share by 2000, the government is providing incentives to increase the area of land under organic cultivation by nearly tenfold by 2000 to 8 percent of agricultural land. In Austria, about 8 percent of farms and 10 percent of agricultural land are already under organic cultivation, and there are forecasts of an organic food market share as high as one third by 1998. In Sweden, the goal is to place 10 percent of arable land under organic cultivation.

Organic food is sold in supermarkets as well as specialty stores. The premium paid for organic produce varies with the food, and may be 30 percent or more. Demand for organic food in the United Kingdom is great enough for processor/packers to pay farmers a premium to convert to organic cultivation to assure adequate supplies. Some British retailers, however, complain of organic produce "rotting on the shelves" because consumer interest is low.

The EU agri-environment policy which subsidizes conversion of European farms to organic production will succeed if price support and consumer preference for organic produce are maintained. Canadian producers and exporters can take advantage of this European policy initiative and the market which it has created. Most of the market for organic foods appears to be in basic commodities such as grains, pulses, fresh fruits and vegetables, eggs and dairy products. The increasing interest in organic grains for bread and cereal may represent one of the best opportunities for Canadian organic producers in the European market.

Other

Also responding to consumer demand for less intensively produced food is "conservation grade" food, which is marketed in the United Kingdom, Netherlands, and other countries. It promises consumers there has been minimal use of agricultural chemicals and pharmaceuticals and optimum animal welfare in food production. Certification standards are less strict than for organic foods. Without a corresponding domestic program, it

may be difficult for Canadian producers and exporters to qualify their products for this designation.

Animal Welfare in Food Production

All EU countries have legislation that ensures a basic level of humane treatment of animals used in food production. Some consumers want assurance of a higher standard of animal care. This may arise from concern about animal welfare, or from a belief that "free-range" or "outdoor-raised" products taste better and are more nutritious. In a 1995 survey of British consumers on food and environmental issues, equal numbers expressed concern about animal welfare as about the environment (70%) (C. Brown, Speech to CIAA Congress, Food and Drink Industry 2000, October 1995).

The basic level of animal care in the EU is improving through EU Directives and national legislation on, for example, sow tethers and battery hen caging. It would appear that the United Kingdom, Sweden and Denmark are European leaders in the legislation for enhanced animal welfare, possibly in response to citizen pressure. As standards rise in individual member states, pressure may be exerted on retailers in countries with higher standards not to place domestic producers at a disadvantage because higher animal care results in higher production costs. At least one major British supermarket chain has promised not to buy meat that is less "welfare-friendly" than British meat. Higher standards of animal welfare can be used advantageously as an export marketing tool - an approach Sweden has taken for meat exports to Britain.

Animal welfare considerations are an important aspect of the requirements for organic production of meat, poultry and dairy products. Draft Canadian regulations on organic food production include criteria for animal welfare in the production of meat, poultry and dairy products. Once finalized and recognized by the EU, these regulations may provide a qualification system for Canadian "welfare-friendly" products. Canadian exports of beef to the EU are now restricted by a ban on the use of growth hormones, and few Canadian meat handling facilities have been approved for export to the EU. Europe has excess dairy production capacity. The scope for appealing to the animal welfare market niche from Canada would appear to be limited.

Labelling for Environmental Attributes

Labelling of food is extensively regulated in the EU by directive and regulation. The principal legislation is The Council Directive on Labelling, Presentation and Advertisement of Foodstuffs, and its amendments. Other directives deal with ingredient disclosure, nutritional content, language and measurement. None of this legislation addresses environmental characteristics of food. There are, however, other standards for labelling of environmental attributes of food that are either regulatory or voluntary.

As part of the implementation of EU Directive 94/62, all packaging material will be required to be marked with a numerical code which will facilitate sorting and recycling. The marking system is expected to be finalized by the end of 1996.

Labelling of organic foods is administered by national authorities in each country, implementing EC Regulation 2092/91 for products of plant origin and applying national legislation, where it exists, for products of animal origin.

Labelling schemes sponsored by producers' groups, by humane societies and by national governments are aimed at attracting consumers who are concerned about animal welfare in food production. This class of labels includes "farm-assured quality" labels by farmers' groups subscribing to a standard of animal care, to "free range" and "freedom foods" logos which are applied to meat, poultry and dairy products if the animals have been raised outside for a specified period. These labels tend to support local producers and may not be very open to Canadian products.

The EU Environment Commissioner has termed the EU ecolabelling program an unmitigated failure and plans to overhaul it. There are currently no standards for food, beverages or packaging in the EU ecolabel program. Member states with national eco-labelling standards for transportation packaging or returnable bottles include France, Italy, Germany, Austria and the Nordic countries. No member state has a national eco-label standard for food or beverages.

The existing proliferation of logos, labels and claims of environmental and quality characteristics in food and beverages poses the risk of causing consumer fatigue and distrust, as has been reported in Britain and France ('Green' Claims, on Products Misleading, Meaningless, Consumer Watchdog Unit Finds, BNA International Environment Reporter, p. 289, April 3, 1996).

Environmental and Quality Management Standards

Two voluntary environmental management certification programs may be operating in Europe by the end of the year. The European-developed Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) was set up under EC Regulation 183/93 establishing a voluntary EMAS. To date, only 140 companies, of which 122 are German, have certified under EMAS. The ISO 14000 series of environmental management standards are expected to be ready in 1996. It is unlikely that either scheme will have a near-term impact on Canadian food processors.

Currently, all meat which is exported to the European Union from Canada must come from slaughter, packing, and chilling facilities which have been inspected and approved for EU shipments. The present procedure is for Canadian federal inspectors to inspect and recommend for EU approval any Canadian facilities which apply to export meat to the EU. Adherence to a formal quality management standard such as Hazard Analysis Critical Control Point or ISO 9000 is not required for EU approval at this time. At least one EU member state now requires ISO 9000 certification that meat shipments are free of salmonella.

Recommended for Further Information

Packaging Recycling Worldwide
Duales System Deutschland
Frankfurter Strasse 720-726
51170 Koln, Germany

Move on to Germany section
Return to Index

Date Modified: 2001 05 08

Important Notices and Disclaimers

[Français | Contact Us | Help | Search | Canada Site]
[AAFC Online | Links | Newsroom | What's New | Site Index]

Germany

Background
Packaging
Organic Food Production
Animal Welfare in Food Production
Labelling for Environmental Attributes
Environmetal and Quality Management Standards
Recommended for Further Information

Key Points:

- DSD "Green Dot" packaging fee
- New packaging law in 1996
- Consumer awareness

Background

Germany is the world's largest agri-food importer, purchasing up to a quarter of its requirements, or about $50 billion of food and beverages from other countries in 1994. About 65 percent of that total is in trade with other European Union member states, so that third-country imports are about $18 billion annually. The German economy is third largest in the world and it accounts for more than one quarter of the entire European Union GDP. The highly developed German food processing industry is partly protected from third-country imports of processed foods by quotas and taxes, as part of the EU Common Agricultural Policy. These barriers will gradually be reduced as the Uruguay Round of GATT negotiations is implemented.

Canadian agri-food exports to Germany were $158 million in 1995, an increase of 20 percent from the previous year, but still less than one half of one percent of German imports. High value-added foods and beverages account for less than 20 percent of Canadian exports to Germany. Further details on German-Canadian agri-food trade are given in Figure 6. The German Food Act and regulations and EU food directives are the basis for strict regulation of food safety, quality, nutritional content, labelling, and representation to the consumer. Food law in Germany is enforced by the states, and compliance is mandatory. This law does not have direct environmental implications. The environmental legislation of most importance to Canadian exporters is the German Packaging Ordinance. It

requires that licence fees be paid on packaging to fund collection and recycling. The following section on packaging describes the law in more detail.

German consumers, characterized as having a high level of "eco-awareness", also have a high disposable income and the advantage of a strong currency. These factors, combined with the vigorous competition among foreign agri-food suppliers, empower German consumers with considerable influence through their food purchases.

Packaging

Legislation

The German Packaging Ordinance, passed in 1991 is predicated on a polluter pays principle and the right to return used packaging. Collection, sorting and recycling of waste packaging is financed by licence fees paid by manufacturers, importers, and distributors to Duales System Deutschland (DSD). DSD was established in Germany by industry and government to co-ordinate the operations of the packaging waste management system. The fee varies by type and quantity of packaging material. On a per kilogram basis, costs are highest for plastic, followed by other composites, aluminum, paper and cardboard, and lowest for glass. An item fee is also applied. The trademark green dot on packaging in Germany indicates that the fee has been paid. Retailers are unlikely to accept for sale any packaged goods for which the licence fee has not been paid. Importers must apply on behalf of Canadian producers for the right to use the green dot trademark on Canadian packaged goods intended for sale in Germany.

Beverage containers are treated as a special case. If the national quota for refillable containers drops below a set level, a mandatory return fee is applied to one-way containers. Local bottlers are more easily able to maintain a deposit-refund-refill system for beverage containers than are foreign beverage producers because of transportation costs. Some German states have threatened to ban one-way beverage containers.

Amendments to the Packaging Ordinance are expected in 1996 as part of a new, comprehensive waste management law scheduled for implementation in October. Adjustments to recycling quotas to conform to the EC Directive 94/62 on Packaging and Packaging Waste are expected, as are new measures to ensure that all producers and retailers are paying for collection and recycling. Under the amended law,

companies will be able to use alternatives to the state-sponsored DSD, but will be required to prove that their packaging is being collected and recycled.

It should be noted that as recently as May 1996, the European Commission has demanded that Germany prove its packaging laws do not violate EU internal market regulations. A summary of German waste packaging law and ecolabelling program as of September 1995 is appended to this section.

Organic Food Production

Legislation

EC Regulation 2092/91 on organic agricultural production and labelling of products is the basis for regulating organic food trade in Germany. The regulation applies to products of both plant and animal origin, although currently only processed and unprocessed products of plant origin are certified under this regulation. Amendments to the regulation to include meat, poultry and dairy products are close to being finalized. Organic products of animal origin are certified in Germany now by a non-regulatory certification scheme. Plant-based organic products from outside the European Union may qualify for classification under EC Regulation 2092/91. Each shipment of Canadian organic product to Germany must be certified as meeting the requirements of EC Regulation 2092/91.

Market

The German market for organic food is estimated by different sources at between 1 and 3 percent of total food sales, implying a retail sales value of at least US $1 billion annually. Third-country imports supply about 20 percent of the organic food market. Organic food is sold at most supermarkets in Germany as well as in specialty health food stores.

According to a 1994 survey, German consumers gave these reasons for buying organic food: for their health (58%), higher nutritional value (34%), and environmental protection (28%). Purchase of organic foods is widespread with two thirds of west German consumers occasionally buying organic food. The growing interest in natural and healthy foods may provide expanded opportunities for Canadian organic products in Germany. Canadian sales of organic food to Germany and other EU countries will be facilitated by adoption of regulations in Canada for organic agricultural production.

Animal Welfare in Food Production

Concern about treatment of farm animals and advertisement of products that are free range or raised outdoors are reported to be prominent factors in marketing of animal products in Germany (Stephan Rung, Canadian Consulate, Germany). Information on voluntary certification schemes to qualify products for a designation of better animal welfare standards was not located.

Labelling for Environmental Attributes

Labelling of food is extensively regulated in Germany by EU and German regulations. The principal pieces of legislation are The Council Directive on Labelling, Presentation and Advertisement of Foodstuffs, and its amendments, and the German Food Act and its labelling regulations. The requirements for labelling and marking of agri-food products for environmental attributes are described below.

Packaged goods must be marked with the trademark green dot indicating a licence fee has been paid to DSD. Once the material classification and marking scheme required for EC Directive 94/62 on packaging and packaging waste has been finalized at the end of 1996, packaging will be required to display a numeric code intended to facilitate sorting and recycling.

Labelling of organic foods, following EC Regulation 2092/91 on organic agricultural production, is administered by the German states.

The German eco-labelling program, which is a voluntary program to identify environmentally preferable products, does not have standards for food and beverage products. There are standards for transportation packaging, crates for food products, and returnable beverage bottles.

Environmental and Quality Management Standards

The European-developed Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) was set up under EC Regulation 183/93 establishing a voluntary EMAS. To date, of the 140 companies which have certified under EMAS, 122 are German. The ISO 14000 series of environmental management standards are expected to be adopted as a final standard in 1996. It is unlikely that either

scheme will have a near-term impact on Canadian food processors.

Currently, all meat which is exported to Germany from Canada must come from slaughter, packing, and chilling facilities which have been inspected and approved for EU shipments. The present procedure is for Canadian federal inspectors to inspect and recommend for EU approval any Canadian facilities which intend to export meat. Adherence to a formal quality management standard such as HACCP or ISO 9000 is not required for EU approval at this time.

Recommended for Further Information

Duales System Deutschland GmbH
Frankfurter Strasse 720-726
51170 Koln, Germany.

Food Exports to the Federal Republic of Germany,
Requirements Concerning Quality,
Packaging and Labelling,
6th revised edition,
Protrade,
Dep't Foodstuffs & Agricultural Products,
Eschborn, Germany, 1995.

Move on to United States of America section
Return to Index

United States of America

Background
Packaging
Organic Food Production
Animal Welfare in Food Production
Labelling for Enviromental Attributes
Environmental and Quality Management Standards
Recommended for Further Information

Key Points

- State packaging laws
- Organic/natural foods market growing

Background

Annual food and beverage consumption in the United States is valued at US $400 billion. In 1994, imported food and beverage products amounted to US $21 billion, about 5 percent of total consumption. Total agri-food imports were higher at US $29 billion.

The United States is Canada's most important export market for processed and semi-processed agri-food products. Total Canadian agri-food exports to the U.S. in 1994 increased to US $5.2 billion. Almost half of that amount was in value-added, consumer-ready products. Further details on American-Canadian agri-food trade are given in Figure 7.

The environmental legislation of most importance to Canadian exporters and producers is the multitude of state packaging waste management laws and regulations. A recent development surrounding the Delaney clause of the Food, Drug, and Cosmetic Act, requires the government to revoke pesticide residue tolerances in processed foods. This may require changes to food production and processing for export to the U.S. Another legislative development with potentially significant impact is Executive Order 12873, directing the Environmental Protection Agency to develop a guidance document for procurement of environmentally preferable products and services, which could include agri-food products and their packaging.

The large American market is diversified and highly competitive, characterized by regional patterns rather than homogeneity. Leading American consumer trends identified in this decade include the rise of nutraceuticals, emphasis on fresh and healthy food, organic food, and meatless eating (A. E. Sloan, Top Ten Trends, Food Technology, July 1994). Health more than environment is the impetus for these trends. Nevertheless, the market is large and wealthy enough to provide opportunity for niche products, including those distinguished by environmental qualities.

Information on environmental aspects of agri-food trade and trends in the United States was more difficult to obtain than for other markets and there are consequently some gaps in information. Due to these limitations, emphasis has been placed in this section on two aspects: packaging and organic food.

Packaging

Legislation

Packaging waste management is regulated at the state level and there is consequently a broad range of state programs to address issues of packaging restrictions, recycling, and fees or taxes.

As in other countries, beverage containers are regulated separately from other packaging materials in many American states. Ten states, including California, Michigan and New York have deposit/refund legislation for containers for beer, soft drinks and other beverages such as wine coolers, mineral water and cocktails. Bottle bill expansion legislation to include containers for wine, spirits, juices and other beverages in the deposit/refund system was introduced in eight states in 1995.

Eighteen states have enacted legislation to reduce the heavy metal content of packaging, based on the model toxics reduction legislation developed by the Coalition of Northeastern Governors (CONEG).

State law tends to address specific waste issues rather than comprehensive waste packaging reduction solutions directed at source reduction, reuse, recycling, and recyclability. CONEG has developed model packaging waste reduction legislation, emphasizing producer responsibility. The model legislation has not yet been enacted by any state.

The few bans on specific types of packaging arise from

concern about harm to wildlife and will be familiar to Canadian producers: detachable metal pull tabs and plastic connector rings for bottles. Minimum content regulations are also limited. California and Oregon require all glass containers to have a minimum recycled content. Recycled content of rigid plastic containers is regulated in Wisconsin, California and Oregon. In New York, minimum recycled content of packaging is voluntary, but regulations set out the amounts required to qualify for use of the "recycled" emblem.

Organic Food Production

Legislation

Federal: The Organic Foods Production Act (OFPA) became law as part of the 1990 Farm Bill. OFPA requires the U.S. Department of Agriculture to develop a national standard for organic food production and to develop regulations consistent with the standard. The regulations had not been finalized as of September 1996. When final, the regulations are expected to require that all food products labelled organic be certified by an accredited certifier who meets standards established by the National Organic Standards Board. Regulations are expected to detail a method for evaluating the equivalency of foreign programs, thus providing a means of certifying imported organic foods.

State: By the end of 1995, 30 states had laws governing the use of the term "organic." State laws vary in scope and content. Foreign producers are able to certify organic food for sale in some states. In others, a requirement to use the state agency for organic certification may effectively render the process uneconomical. The federal regulations under development are intended to establish a national organic standard, and to address differences among state organic certification programs.

Market

Figures for organic food consumption in the United States may be imprecise because of the lack of a uniform organic certification program. According to the Organic Marketing Overview, sales of organic products were US $2.8 billion in 1995, part of a total of US $6.1 billion in natural product retail sales. Demand for organic food is estimated to be growing at a rate of 20 percent per year and demand for value-added organic products is rising also. For example, frozen organic food sales in 1995 were $98 million, a 36% increase over the previous year.

Health food stores are the predominant sales point for organic food products, but sales of organic foods in supermarkets are significant at about 10% of retail.

The USDA reported in 1992 that 0.1 percent of US agricultural land was in organic production and 0.2 percent of farms were certified organic.

Animal Welfare in Food Production

State legislative activity in the area of animal rights and a rising consumer trend towards vegetarianism are evidence of an interest in animal welfare in the United States. No information was obtained to indicate a widespread concern for animal welfare in food production or the development of specific marketing and certification programs based on animal welfare.

Labelling for Environmental Attributes

Labelling of food for consumer information such as nutritional information, ingredients, quality and measurement is regulated federally. National guidelines for the use of environmental claims in advertising, including those on packaging, were adopted in 1992 by the Federal Trade Commission. These FTC guidelines have been incorporated into state law in seven states, including California, Michigan and Maine. The Green Report II, written by eleven states attorneys general, addresses the use of environmental emblems and common green labelling terms and is the basis for some state laws.

The US ecolabelling agency, Greenseal, has not yet developed an ecolabel standard for food, beverages or product packaging.

Labelling of organic food products, now addressed under state laws, will be regulated through the provisions of the federal Organic Foods Production Act, once regulations are made final.

Coding of plastic containers with a resin identification code to facilitate recycling is required in thirty nine states.

Environmental and Quality Management Standards

No information was received on adoption of environmental management programs in the American food industry. U.S.

legislation requiring implementation of Hazard Analysis Critical Control Point for seafood processing is not expected to be extended to other food industries. As the HACCP requirement is based on food safety, it may be required of foreign producers who wish to export to the U.S.

Recommended for Further Information

Grocery Manufacturers of America
1010 Wisconsin Ave NW #900
Washington, DC 20007, USA
Tel: (202)337-9400

Move on to Bibliography
Return to Index

Date Modified: 2001 05 08

Important Notices and Disclaimers

[Français | Contact Us | Help | Search | Canada Site]
[AAFC Online | Links | Newsroom | What's New | Site Index]

Bibliography

Government Reports and Legislation
Journal Articles and Monographs
Key Contacts
Other Contacts

Government Reports and Legislation

1. Agriculture and Agri-Food Canada. Agri-Food Market Profile on France, 1995.
2. Agriculture and Agri-Food Canada. Agri-Food Market Profile on Germany, 1995.
3. Agriculture and Agri-Food Canada. Agri-Food Market Profile on The United Kingdom, 1995.
4. Agriculture and Agri-Food Canada. Agri-Food Export Market Assessment Report on Japan, 1996. March 1996.
5. Agriculture and Agri-Food Canada. Market Synopsis Agri-Food Products: Japan, 1995. By S. Jorgensen. 12 July 1995.
6. Agriculture and Agri-Food Canada. Germany Synopsis, 1995. By S. Marcus. 28 July 1995.
7. Agriculture and Agri-Food Canada. What's Hot and What's Not in the U.S. Food Market, 1995. By L. Robbins. December 1995.
8. Agriculture and Agri-Food Canada. Global Food Market Trends, 1995. By L. Stewart. December 1995.
9. Agriculture Canada. Trade and Environment: The Agricultural Dimension Discussion Paper, 1994. March 1994.
10. Department of Foreign Affairs and International Trade. Tendances de L'Agroalimentaire et de L'Agriculture en France, 1995. December 1995.
11. Department of Foreign Affairs and International Trade. Trends: Food in Japan, 1994. July 1994. Document 169CA.
12. Department of Foreign Affairs and International Trade. Trends: in Food in Japan, 1996. January 1996. Document # 76731.
13. Department of Foreign Affairs and International Trade. UK Food Market Intelligence, 1995. May 1995. Document

84204.
14. Department of Foreign Affairs and International Trade. Trends: Food in the United Kingdom. 1995. April 1995. Document # 84201.
15. Department of Foreign Affairs and International Trade. Trends: Food in the United Kingdom, 1996. February 1996.
16. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector in Belgium, 1996. 4 January, 1996.
17. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector in Denmark, 1996. 4 January, 1996.
18. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector in Finland, 1996. 4 January, 1996.
19. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector and Agri-Food Sector in France, 1996.
20. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector in Germany, 1996. 4 January 1996.
21. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector in Greece, 1996. 4 January, 1996.
22. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector in Italy, 1996. 4 January, 1996.
23. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector in Japan (Osaka), 1995. 21 December 1995. Document # 00010.
24. Department of Foreign Affairs and International Trade. Agricultural Sector in Japan (Tokyo), 1995. 22 December 1995. Document # 00014.
25. Department of Foreign Affairs and International Trade. The Market for Healthy Food Products in Japan 1995. By Fuji Chimera Research Institute, Inc. 27 March 1995.
26. Department of Foreign Affairs and International Trade. Canadian Exporters' Handbook on Doing Business in the Japanese Food, Beverage and Seafood Markets, 1993. By Fuji Keizai Co., Ltd. September 1995. Document 431CA.
27. Department of Foreign Affairs and International Trade. Danish Agriculture - Growth in Organic Foods, 1995. 17 May 1995. Document # 84503.
28. Department of Foreign Affairs and International Trade. Health Foods Industry, 1993. 01 January 1995. Document 50UA.
29. Department of Foreign Affairs and International Trade. Value-Added Food Products Global Market Opportunities Review, 1994. May 1994. Document # 34003.
30. Japan External Trade Organisation. Your Market in Japan Organic Vegetables, 1994. March 1994. No. 100 (AG-50).
31. Japan External Trade Organisation. Your Market in Japan Health-Oriented Food, 1994. March 1994. No. 99 (AG-49).
32. Japan External Trade Organisation. Labelling Systems for Processed Foods in Japan An Overview, 1995. March 1995.
33. Services of the European Commission. Report on United

States Barriers to Trade and Investment. 1996.
34. USDA, Foreign Agricultural Service. Austria; Agricultural Situation; Impact of Accession on Food Regulations, 1995. By W. Krucsay. 17 April 1995. AG AGWRLD AU5010.
35. USDA, Foreign Agricultural Service. Denmark; Market Development Reports; Danish Regulations for Organic Production, 1995. By L. Worm. 15 March 1995. AG AGWRLD DA5004.
36. USDA, Foreign Agricultural Service. Germany's Food Market, 1995. 24 February 1995.
37. USDA, Foreign Agricultural Service. Germany, Federal Republic of, Agricultural Situation; Organic Food, 1995. By D. Achilles 17 April 1995 AG AGWRLD GM5027.
38. USDA, Foreign Agricultural Service. Italy; Agricultural Situation; Information On Food Labelling And Ingredient Law, 1995. By H. Higgins. 17 November 1995. AG AGWRLD IT5712.
39. USDA, Foreign Agricultural Service. Japan; Agricultural Situation; Packaging is Still Half the Battle in Japan, 1995. By M.A. Dries. 19 June 1995. AG AGWRLD JA5035.
40. USDA, Foreign Agricultural Service. Japan; Agricultural Situation; The Japanese Retail Market for Food Products, 1995. By D. Salmon, and A. Stovall. 20 September 1995. AG AGWRLD JA5530.
41. USDA, Foreign Agricultural Service. Japan; Agricultural Situation; Introduction to Japan's Organic Fruit/Veg Market, 1994. By J.V. Jenni. 18 October 1994. AG AGWRLD JA4092.
42. USDA, Foreign Agricultural Service. Japan's Food Market, 1995. 24 February 1995.
43. USDA, Foreign Agricultural Service. United Kingdom's Food Market, 1995. 24 February 1995.
44. USDA, Foreign Agricultural Service. United Kingdom, Agricultural Situation; Annual Report (UK9524A), 1995. By R. Ali. 20 September 1995. AG AGWRLD UK5064.
45. USDA, Foreign Agricultural Service. United Kingdom, Agricultural Situation; Exporters Guide to EU Foodstuffs Legislation, 1994. By C.T. Chapman. 1 September 1994. AGR Number UK4517.
46. US Department of Commerce, International Trade Administration. Country Commercial Guides: European Union. 1995. 23 August 1995. IT CCG EURUNION.
47. US Department of Commerce, International Trade Administration. Country Commercial Guides: Germany. 1995. 23 August 1995. IT CCG GERMANY06.
48. US Department of Commerce, International Trade Administration. Country Commercial Guides: Japan. 1995. 23 August 1995. IT CCG JAPAN04.
49. U.S. Department of Commerce, International Trade Administration. Japan- Packaging Recycling Law - IMI951108. 1995. By K. Nakada. 11 August 1995. IT

MARKET IM951108.016.
50. US Department of Commerce, International Trade Administration. Why EC Environmental Policy Will Affect American Business. 1993. By C. Vial. 25 March 1993. IT BAM 03/08/93ART06
51. U.S. International Trade Commission. Impact of Environmental Disposal Laws on Packaging Worldwide. 1994. TC ITTR ITTROCT94CH2
52. The European Parliament and the Council of the European Union. Council Directive 79/112/EC of 18 December 1978 on the Approximation of the Laws of the Member States Relating to the Labelling, Presentation and Advertising of Foodstuffs, as amended 1984-1994.
53. The European Parliament and the Council of the European Union. Regulation (EC) No 9065/95 of the European Parliament and of the Council of the European Union concerning novel foods and novel food ingredients (Draft).
54. The European Parliament and the Council of the European Union. Council Regulation (EEC) No 2092/91 of 24 June 1991 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs.
55. The European Parliament and the Council of the European Union. Directive No 94/62/EC of 20 December 1994 on packaging and packaging waste.

Journal Articles and Monographs

Journal Articles and Monographs

1. Baillieux, P. And A. Scharpe. Organic Farming. Brussels; Office for Official Publications of the European Communities, 1994.
2. Bank, K.M. "How Green is my Product and Package: The Federal Trade Commission's Environmental Marketing Guidelines." Food and Drug Law Journal 49 (1994) 499-509.
3. Brown, C. The 21st Century Consumer Meeting the Challenges of the 21st Century Consumer. CIAA Congress Food and Drink Industry 2000 Held in Brussels 24 October 1995.
4. Esty, Daniel C. Greening the GATT: trade, environment and the future. Washington, D.C. Institute for International Economics. 1994.
5. Eurofood / Agra Europe. September 1995 - March 1996
6. Food and Agricultural Organisation. The State of Food and Agriculture 1994. FAO Agricultural Series; Rome. FAO. 1994.

7. Food and Agricultural Organisation. The State of Food and Agriculture 1995. FAO Agricultural Series; Rome: FAO. 1995.
8. Glomski, W.A. "ISO 9000 - The Global Perspective." Food Technology. December 1994. 57-59.
9. Grocery Manufacturers of America, 1995 Year End Report State Legislative and Regulatory Action. Washington D.C., G.M.A., 1996.
10. Hallermayer, E., H. Hupf, W. Kristi, K. Shr"der, and H. Steib, eds. Food Exports to the Federal Republic of Germany. 6th ed. Eschborn: Protrade, 1995.
11. Information Service. European Commission: Vth Action Programme for the Environment - Progress Report. Supplement to Agri-Service International No. 436 - March 15, 1996. 1996. 1-12.
12. Mermelstein, N.H. "A Regulatory Look Back at 1995." Food Technology. December 1995. 44-47.
13. Mermelstein, N.H. "Nutrition Labelling Regulatory Update." Food Technology. July 1994. 62-71.
14. Pallett, A.J.M. "ISO 9000 - The Company's Viewpoint." Food Technology. December 1994. 60-62.
15. (Petra, Rob). Packaging Recycling Worldwide. K"ln: Duales System Deutschland GmbH. 1995.
16. Sloan, A.E. "Top Ten Trends to Watch and Work On." Food Technology (July 1994) 89-100.
17. Sundue, B. "Are Consumers Actually Buying Environmentally Sensitive Foods? Results of the Consumer Environment Study." Visions Vol 4 No 2 (1993) 1-6.
18. The Bureau of National Affairs, Inc. International Environment Reporter 1994-1996.
19. The Bureau of National Affairs, Inc. "The European Union". International Environment Reporter September 1994: 69-79.
20. The Bureau of National Affairs, Inc. World Food Regulation Review 1995-1996.
21. Thompson Publishing Group. Environmental Packaging. 1995-1996.
22. US Department of Agriculture. "Knowing EU Import Requirements: A Must for U.S. Exporters." AgExporter February 1995: 14-17.
23. Walsh, C. ed. National Organic Directory CAFF 1996. California: Community Alliance with Family Farmers. 1996.
24. Whittemore, C.T. "Response to the Environmental and Welfare Imperatives by U.K. Livestock Production Industries and Research Services." Journal of Agricultural and Environmental Ethics 8(1) 1995 65-84.
25. Worley, C.T. et al. "Food Label Regulations in the United States and the European Community: International Trade Facilitators or Non Tariff Barriers." Journal of International Food & Agribusiness Marketing 7(2) 1995 91-102.

Key Contacts

1. Eurogroup for Animal Welfare. 13 rue Boduognat B-1040 Brussels, Belgium. tel: 02 231 13 88. fax: 02 230 1700.
2. European Commission. Suite 330, 111 Albert St., Ottawa, Ontario K1P 1A5. tel: 613 238 6464. fax: 613 238 5191.
3. Grocery Manufacturers of America. 1010 Wisconsin Avenue NW, Suite 800, Washington, DC 20007, USA. tel: 202 337 9400. fax: 202 337 4508. John Bradbury, Environmental affairs.
4. International Federation of Organic Agriculture Movements. England. tel: 44 1117 929 0661. fax: 44 117 925 2504.
5. Japan External Trade Organisation. 181 University Avenue, Suite 1600, Toronto, Ontario M5H 3M7. tel: 416 861 0000. fax: 416 861 9666.
6. National Food Processors Association. 1401 New York Avenue, NW, Suite 400, Washington, DC 20003, USA. tel: 202 639 5909. fax: 202 639 5932.
7. National Organic Program, USDA Room 2510, South Bldg, PO Box 96456, Washington, DC 20090-6456, USA. tel: 202 720 3252. fax: 202 720 7808.
8. Organic Trade Association. PO Box 1078 Greenfield, MA 01302, USA. tel: 413 774 7511. fax: 413 774 6432

Other Contacts

1. Bureau Europeen des Unions de Consommateurs. Brussels. fax: 322 735 7455.
2. Canadian Packaging Association. Canada. tel: 416 490 7860.
3. Compassion in World Farming. United Kingdom. fax: 44 1 730 260791.
4. Council on Packaging and the Environment. USA. tel: 202 331 0099.
5. Deutches Verpackungsinstitut E.V. Germany. fax 49 30 46307 400.
6. Eco-Management Institute. Japan. fax: 81 3 3462 4860.
7. European Environmental Bureau. Brussels. fax: 32 2 539 09 21.
8. Greenpeace Germany. Germany. fax: 49 30 238 5745.
9. Greenpeace EC Unit. Brussels. fax: 322 230 8413.
10. Greenseal. USA. tel: 202 331 7337.
11. International Fund for Animal Welfare. USA. tel: 508 362 6268. fax: 508 362 5841.
12. Japan Packaging Institute. Japan. fax: 81 33543 8970

13. Ms Matsuda. Committee of the Consumers Behaviour, Ministry of International Trade and Industry, Japan. tel/fax: 048 223 8032
14. Netherlands Society for Nature and Environment. Netherlands. fax: 31 30 233 1311.
15. Nippon Ecology Network. Japan. tel: 03 5228 3344. fax: 81 03 5228 3362.
16. People for the Ethical Treatment of Animals. USA. tel: 301 770 7444.
17. Standards Council of Canada. Canada. tel: 613 238 3222. fax: 613 995 4564.

Contact for Further Information
Return to Index

Date Modified: 2001 05 08

Important Notices and Disclaimers

[Français | Contact Us | Help | Search | Canada Site]
[AAFC Online | Links | Newsroom | What's New | Site Index]

Contact for Further Information

Earl New
Food Bureau
Market and Industry Services Branch
Agriculture and Agri-Food Canada
Room 5101 - 930 Carling Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0C5

Tel: (613)759-7511
Fax: (613)759-7480
Email: newe@em.agr.ca

Return to Index

Date Modified: 2001 05 08

Important Notices and Disclaimers

Survol des attributs écologiques des aliments et boissons pouvant influer sur le commerce des agroaliments sur quatre marchés d'exportation

Présenté à :
Agriculture et Agroalimentaire Canada

Présenté par :
Marbek Resource Consultants

Le 27 septembre 1996

Index

Résumé
Survol
Japon
Union Européenne
Allemagne
États-Unis d'Amérique
Bibliographie
Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec :

Mise à jour: 2001 04 17

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

Résumé

La présente étude a été entreprise pour analyser les attributs environnementaux des agroaliments qui pourraient modifier le commerce des exportations du Canada sur quatre marchés clés : le Japon, l'Union européenne, l'Allemagne et les États-Unis. La réglementation basée sur la protection de l'environnement et les préférences des consommateurs relativement à cinq des attributs relatifs aux aliments et aux boissons ont été examinés dans chacun de ces quatre marchés d'exportation. Les cinq attributs sont les suivants :

- Les emballages
- La production d'aliments biologiques
- La protection des animaux en production alimentaire
- L'éco-étiquetage
- Les normes sur la gestion de l'environnement et de la qualité.

Parmi ces attributs environnementaux, deux seulement semblent réellement compter pour différencier les produits alimentaires, soit par la réglementation ou les préférences des consommateurs. L'adoption de lois nationales sur la gestion des déchets d'emballage est le facteur en matière de réglementation qui affecte le plus le commerce des agroaliments sur les marchés d'exportation clés du Canada. L'incapacité de respecter la réglementation sur l'emballage pourrait se traduire par l'exclusion de certains produits des marchés d'exportation; cependant, le fait de connaître le principe des taxes et des droits écologiques permettra aux exportateurs de choisir un format d'emballage économique et acceptable. La tendance de consommation la plus marquée est celle axée sur les aliments de moins en moins transformés. Cette tendance peut s'exprimer par le choix d'aliments biologiques ou d'aliments produits avec un apport chimique moins élevé ou suivant des normes de protection des animaux plus exigeantes. Pour la majorité des consommateurs, toutefois, le coût, la commodité et la qualité importent plus que la protection de l'environnement lorsqu'ils achètent des aliments.

Survol
Retour à l'index

Mise à jour: 2001 04 17 Avis et avertissements importants

Survol

1. Introduction
2. Objet de l'étude
3. Méthode et limites
4. Commerce des agroaliments et environnement
5. Conclusions significatives

1. Introduction

Sur les marchés étrangers, les producteurs et les exportateurs canadiens de produits alimentaires doivent faire face à un éventail de règlements et de préférences de consommation qui peuvent être très différents de ceux des marchés canadiens. Ces règlements et préférences peuvent à la fois offrir des possibilités et ériger des barrières pour les gens d'affaires canadiens. La présente étude a été entreprise pour recueillir, organiser et fournir des informations de sources secondaires sur les attributs environnementaux des aliments qui sont importants pour les organismes de réglementation et de consommation sur quatre marchés clés pour les producteurs et exportateurs canadiens : le Japon, l'Union européenne, l'Allemagne et les États-Unis.

2. Object de l'étude

Pour dresser une liste des attributs environnementaux des aliments qui servent à différencier, en se basant sur la réglementation et les préférences des consommateurs, des produits semblables, on a d'abord analysé les rapports portant sur le commerce international des aliments, sur les tendances de consommation et la pratique de l'industrie alimentaire ainsi que les rapports sur la réglementation et les caractéristiques du marché alimentaire de quatre destinations d'exportation. D'après ce dépouillement initial qui pourrait servir à distinguer les produits agroalimentaires en se basant sur des facteurs

environnementaux, on a proposé l'étude d'un certain nombre d'attributs de produits et d'emballage sur chacun des marchés. Cinq attributs environnementaux concernant les aliments et les boissons ont été choisis pour analyser la réglementation de protection de l'environnement ou les préférences des consommateurs sur chacun des marchés d'exportation :

1. Les emballages
2. La production d'aliments biologiques
3. La protection des animaux en production alimentaire
4. L'éco-étiquetage
5. Les normes sur la gestion de l'environnement et de la qualité.

Chacune de ces questions est abordée relativement à chacun des marchés.

D'autres aspects de la production et de la transformation des aliments relativement à l'environnement dont on a tenu compte initialement mais que l'on n'a pas analysés dans chacune des régions géographiques sont décrits brièvement ci-dessous :

1. Méthodes de transformation et de production
2. Organismes génétiquement modifiés
3. Irradiation des aliments
4. Végétarisme
5. Salubrité des aliments, nutrition et qualité.

Les contraintes d'ordre écologique sur les méthodes de transformation et de production (MTP) dans un pays étranger ne sont généralement pas applicables selon les règlements commerciaux internationaux (voir section 1.4 : Traités internationaux). Les MTP peuvent être limitées à la production étrangère si la salubrité des aliments est mise en doute. Les gouvernements des pays qui constituent les marchés d'exportation clés du Canada se demandent si les aliments issus d'organismes génétiquement modifiés devraient être approuvés et quelles conditions devrait-on exiger pour cette approbation. Les questions relatives à la protection de l'environnement et de la santé et la nécessité de fournir aux consommateurs des informations sur les aliments génétiquement modifiés font partie du débat. L'irradiation des aliments a une application commerciale très limitée au Canada et est, de ce fait, non significative dans les exportations. La tendance vers le végétarisme et la consommation de mets contenant moins de viande en Europe et en Amérique du Nord pourrait être d'origine partiellement écologique. Les effets de cette tendance du marché sur les producteurs d'aliments sont évidents. Enfin, la salubrité des aliments, leur qualité et leur valeur nutritionnelle n'ont pas été prises en compte étant donné qu'on s'est limité à l'étude des questions ayant une portée environnementale sous-jacente.

3. Méthode et limites

Pour trouver des documents de ressort public publiés par des sources professionnelles et commerciales, des organismes gouvernementaux canadiens et américains, des associations industrielles et des organismes se consacrant à la protection de l'environnement et des consommateurs, on a suivi une stratégie de recherche. Les ressources du projet ont limité la recherche aux renseignements accessibles à partir de sources secondaires, mais plusieurs rencontres et entrevues ont eu lieu pour élargir le champ de la recherche. La stratégie de recherche suivie est décrite en détail à la figure 1.

La recherche d'information a été plus fructueuse sur les marchés européens et japonais qu'américain. Cela est en partie attribuable au fait que les ressources les plus utiles étaient celles qui ne faisaient rapport que sur le marché européen des aliments et dont le but était d'aider les exportateurs américains. Ces ressources ne faisaient donc pas rapport sur le marché américain.

Il n'a pas été possible de trouver des informations appropriées sur certains attributs environnementaux proposés pour différencier les produits alimentaires. Même si l'absence d'information peut ne pas être révélatrice, elle incite fortement à conclure que certains attributs environnementaux proposés pour l'étude ne sont pas importants pour les organismes de réglementation et les consommateurs d'agroaliments. L'accès aux données de recherche sur les tendances environnementales des consommateurs a été très limité.

Figure 1: Stratégies de recherche générale : Ressources d'information globale

1 Base de données sur l'agriculture et les sciences alimentaires : Des recherches par sujet environnemental ont été menées sur des CD-ROM et des bases de données en direct, dont Foods Intelligence, Food Science and Technology Abstracts, Offices agricoles du CAB-International et AGRICOLA. Ces recherches ont permis de recueillir de bonnes références à des articles de revues scientifiques. Les questions environnementales sont mentionnées plus fréquemment quand il est question d'agriculture que de transformation des aliments. Les recherches dans les bases de données environnementales de sujets liés aux aliments n'ont pas donné de résultats.

2 Revues sur les sciences alimentaires et le commerce : Parmi les périodiques consultés, mentionnons EuroFood Journal,

Journal of International Food and Agribusiness Marketing, Food Technology.

3 Bureau of National Affairs International Environment Reporter : Ce résumé de nouvelles bimensuelles sur l'environnement porte sur un large éventail de questions environnementales classées par pays et sujet. La gestion des déchets d'emballage, les normes sur la gestion de l'environnement et les questions relatives à l'UE sont des domaines bien couverts. Le marché américain n'est pas un sujet traité.

4 National Trade Date Bank par le US Department of Commerce : Les documents d'information extraits incluaient des guides commerciaux traitant de la réglementation commerciale, des rapports sur les marchés alimentaires des pays et des rapports de situation particulière, comme l'emballage au Japon et les aliments biologiques au Danemark et en Allemagne.

5 Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international- Ottawa : Les délégués commerciaux de chaque marché ont été joints par téléphone. On leur a demandé de produire des rapports et des références d'autres sources d'information. On a également communiqué avec le personnel d'autres sections comme celle des possibilités commerciales. En général, peu d'information a été obtenue sur les aspects environnementaux du commerce ou sur des questions spécifiques traitées dans la présente étude comme l'emballage, la protection des animaux et l'éco-étiquetage.

6 AECI - Infocentre et services de renseignement FaxLink : On a extrait les rapports sur les tendances des aliments sur certains marchés d'exportation. Ces rapports n'ont pas été analysés en profondeur et aucun rapport sur les aspects environnementaux du marché alimentaire n'a été obtenu.

7 AECI - Délégués commerciaux agricoles à l'étranger : Les demandes ont été faites par télécopieur et téléphone aux délégués commerciaux agricoles en poste sur chaque marché. Agriculture et Agroalimentaire Canada a participé au suivi des demandes.

8 Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) : Des demandes d'information ont été adressées au personnel traitant des questions commerciales relevant de la région géographique de chaque marché et aux personnes auxquelles incombent des responsabilités en matière d'aliments biologiques, d'emballage, d'environnement et d'étiquetage. On a obtenu des rapports sur le profil agroalimentaire de la France, du Royaume-Uni et de l'Allemagne ainsi qu'un rapport d'évaluation du marché japonais,

mais peu d'information a été reçue sur les aspects environnementaux du commerce. Les spécialistes du sujet ont fourni de bonnes informations sur la production et la réglementation des aliments biologiques.

9 Réseau commercial des agroaliments par AAC et AECI : Les statistiques commerciales proviennent de rapports de Statistique Canada et d'AAC ainsi que de rapports post-renseignements d'AECI et de rapports de marché d'AAC.

10 Organismes non gouvernementaux axés sur l'environnement et la consommation : Les demandes de renseignements ont été envoyées par télécopieur et téléphone à différents groupes en Europe, au Japon et aux États-Unis, notamment à : Greenpeace, l'European Environment Bureau, la Dutch Federation for Nature and the Environment, la Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique et People for Ethical Treatment of Animals. La réponse par les organismes non gouvernementaux a été très faible.

11 Associations industrielles : Des relations ont été établies avec l'Association canadienne de l'emballage, l'Association des exportateurs canadiens, l'Association des manufacturiers canadiens, le Council of Packaging and the Environment et le Japanese External Trade Relations Organisation (JETRO).

12 World Wide Web : La stratégie de recherche sur Internet a consisté à visiter les sites du gouvernement comme celui d'AAC, Stategis d'Industrie Canada et le site d'AECI ainsi que les sites des gouvernements allemand et américain. Les sites d'associations industrielles visités ont été, entre autres, Foodnet et JETRO. Parmi les sites d'organismes non gouvernementaux, mentionnons plusieurs groupes environnementaux, de protection des animaux et de végétarisme.

13 Organisation pour l'alimentation et l'agriculture : L'Annuaire sur l'état des aliments et de l'agriculture. Ce rapport annuel présente un bon compte rendu des questions internationales sur le commerce des aliments et l'environnement.

---

4. Commerce des agroaliments et environnement

En 1993, la valeur des exportations globales des agroaliments a atteint 400 milliards de dollars américains et la part du Canada dans ce commerce dépasse légèrement 3 %. L'industrie agroalimentaire canadienne s'est fixé comme objectif de faire croître les exportations jusqu'à 20 milliards de dollars d'ici l'an 2000, ce qui représente une hausse de 50 % par rapport au

niveau annuel de base de 1993 établi à 13,3 milliards de dollars. Pour atteindre cet objectif, il faudra que le niveau des exportations de produits prêts à la consommation et à valeur ajoutée augmente significativement. Dans le contexte commercial global qui est très concurrentiel, le Canada offre un avantage naturel important : une réputation à l'étranger de vaste territoire propre et non pollué et de source d'aliments de grande qualité, salubres et nutritifs. La stratégie canadienne en matière d'exportation des aliments met l'accent sur cette réputation. Cette perception favorable dont bénéficie le Canada à l'étranger peut être accrue si l'industrie agroalimentaire connaît et respecte la réglementation environnementale en vigueur dans les pays où elle exporte. Une autre façon de fournir une image environnementale positive en relation avec les exportations canadiennes d'aliments et de boissons et de donner suite aux priorités environnementales nettement identifiées par les consommateurs.

La pression qui s'exerce pour modifier les méthodes utilisées dans l'industrie agroalimentaire pour atteindre les objectifs écologiques peut passer par l'adoption d'un règlement ou être imposée par les forces du marché Voici une brève description des répercussions possibles sur le commerce des agroaliments que peuvent produire les quatre sources clés, dont deux sont basées sur la réglementation et deux autres sur le marché :

Traités internationaux

Le commerce international et l'environnement sont de plus en plus liés par des clauses prévues dans les accords internationaux comme l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) et l'Accord de libre-échange nord-américain ainsi que par des clauses commerciales contenues dans des accords multilatéraux comme le Protocole de Montréal relatif à des substances qui appauvrissent la couche d'ozone. Conformément aux dispositions du GATT, le plus important accord international de libéralisation commerciale, le commerce pourrait être limité pour des motifs environnementaux si ces mesures :

i. sont nécessaires pour protéger la vie et la santé des humains, des animaux ou des plantes; ou
ii. se rapportent à la protection des ressources naturelles non renouvelables et si elles sont appliquées concurremment à des restrictions sur la production ou la consommation intérieure.

Avant janvier 1995, dans le cadre de huit conflits réglés devant le GATT pour lesquels on a fait appel à des motifs environnementaux pour restreindre le commerce, aucun demandeur n'a trouvé gain de cause en utilisant cet argument. Néanmoins, le commerce peut être perturbé pour des raisons

environnementales qui sont proscrites dans le règlement du GATT, ce qui se traduirait par des effets nocifs à long terme sur le vendeur des produits pendant que l'on statue sur la question.

Loi nationale

La réglementation sur l'environnement peut influer sur la production intérieure d'agroaliments par suite de la prise de mesures antipollution dans les activités agricoles et industrielles réalisées à l'intérieur du pays. Les essais de réglementation des méthodes de production et de transformation à l'extérieur du pays de consommation visant à protéger l'environnement dans la région productrice ne seront probablement pas permis selon le règlement du GATT, maintenant administré par l'Organisation mondiale du commerce. La réglementation des effets sur l'environnement des importations par le pays consommateur est permissible. À titre d'exemple, mentionnons une loi sur la gestion des déchets solides, en particulier la loi sur les déchets d'emballage, qui évolue rapidement sur les marchés d'exportation clés du Canada.

Instruments économiques basés sur les marchés

Il est possible d'atteindre les objectifs environnementaux en utilisant des stimulants financiers. Parmi ces stimulants, mentionnons les subventions versées aux agriculteurs qui adoptent des méthodes plus durables, les primes accordées aux biens produits par des méthodes écologiques (culture organique, p. ex.) et l'accès préférentiel sur le marché international aux biens possédant des caractéristiques environnementales souhaitables. Les programmes d'étiquetage volontaire qui permettent d'établir une distinction selon des critères environnementaux, sociaux ou autres peuvent avoir des effets sur le commerce en augmentant les ventes et en produisant des biens de qualité souhaitable. Comme autre exemple, mentionnons que les redevances et taxes portant sur certains matériaux d'emballage rendent ces choix non économiques, nuisant ainsi à la consommation de ressources d'emballage au profit de concepts moins néfastes pour l'environnement.

Préférences des consommateurs

Les consommateurs peuvent influer fortement sur les marchés des biens en choisissant des produits dotés de caractéristiques positives sur le plan environnemental ou social ainsi qu'en évitant les produits dont les attributs sont négatifs. Les boycotts de produits peuvent en outre découler de mesures environnementales prises par des sociétés ou des gouvernements dans le pays producteur. Les détaillants peuvent appuyer et créer une demande de consommation et sont en

mesure de choisir les biens à vendre en se basant sur les méthodes de transformation et de production. Cette façon de procéder n'est, cependant, pas à la portée des gouvernements nationaux à cause du règlement du GATT.

5. Conclusions significatives

De tous les attributs environnementaux considérés, deux seulement semblent être réellement importants pour différencier les produits alimentaires, que ce soit par la réglementation ou en se basant sur la préférence des consommateurs. Ce sont l'emballage des produits et la tendance vers la consommation d'aliments nécessitant un apport de plus en plus faible, soit par la culture biologique ou d'autres méthodes. Le fait de ne pas respecter la loi sur l'emballage sur un marché d'exportation donné peut constituer un obstacle absolu à ce marché. Si l'on considère qu'il y a un nombre croissant de consommateurs qui sont prêts à payer plus cher pour obtenir des aliments perçus comme plus salubres, plus nutritifs ou hypocaloriques et produits par des méthodes moins intensives, d'importantes possibilités d'exportation peuvent être créées.

La réglementation environnementale la plus significative touchant le commerce ordinaire des agroaliments est la prolifération de lois nationales sur la gestion des déchets d'emballage. D'ici la fin de 1996, de telles lois entreront en vigueur au Japon, en Allemagne et dans la plupart des États membres de l'Union européenne. Ces lois se caractérisent par des niveaux cibles de recyclage et de récupération spécifiés selon le matériau, par des droits prélevés sur l'emballage pour appuyer la réutilisation et le recyclage et, dans certains pays, par l'interdiction complète et le recours à des écotaxes lourdes sur certains types de contenants jetables après usage. Règle générale, l'importateur a la responsabilité de participer contre commission à la récupération locale des matériaux, mais l'exportateur canadien devrait savoir comment minimiser les coûts par le choix de l'emballage approprié. Aux États-Unis, les lois sur les déchets d'emballage varient d'un État à l'autre et elles peuvent statuer sur l'utilisation restreinte de certains matériaux, le recyclage, les droits et les taxes ainsi que les interdictions. Un mandat de surveillance des lois sur les déchets d'emballage sur les principaux marchés d'exportation devrait être maintenu.

La tendance de consommation que l'on considère avoir le plus d'effets sur la différenciation environnementale des produits alimentaires est la préférence qui est faite pour les aliments produits et transformés de façon moins intensive. Pour les personnes qui choisissent de s'alimenter avec des produits biologiques et des produits dont la teneur en ingrédients

chimiques est moins élevée que dans les aliments produits selon les méthodes classiques la santé des consommateurs et l'impact environnemental de la production sont des facteurs importants. Pour nombre d'entre eux, leur aversion envers les méthodes agricoles industrielles et leur préoccupation grandissante pour le bien-être des animaux sont d'autres expressions de leurs besoins des aliments produits de façon moins intensive. Cette préférence pour des aliments produits par des méthodes moins intensives est plus marquée dans l'Union européenne. Dans ces pays, cependant, on prévoit que la demande d'aliments biologiques n'augmentera que de 2,5 % par rapport à la consommation totale d'aliments d'ici l'an 2000. Les aliments biologiques les plus en demande sont les aliments de base et les aliments à grande valeur ajouté peu transformés. Pour la plupart des marchands, le prix, la qualité et la commodité sont plus importants que la protection de l'environnement par leur comportement d'achat.

Une recherche a été commandée par des intérêts privés sur les attitudes des consommateurs relativement aux questions environnementales et aux achats d'aliments sur les marchés d'exportation offrant un intérêt. Il faudrait envisager mener des recherches sur des questions choisies de consommation comme les aliments biologiques et la protection des animaux en Europe.

Pendant un certain temps, il sera important de respecter la réglementation sur les emballages et de s'adapter aux préférences des consommateurs pour des aliments produits par des méthodes peu intensives; cependant, les conditions transitoires peuvent également modifier le commerce des agroaliments. Les boycotts par les consommateurs, déclenchés par une politique ou une mesure gouvernementale contrevenante, peuvent avoir des répercussions temporaires importantes sur le commerce des agroaliments. Le Canada tire avantage de sa réputation très favorable à l'étranger sur le plan de l'environnement, mais la peur de consommer des aliments insalubres ou la prise d'une mesure impopulaire comme la réinstauration de la chasse aux phoques pourrait nuire aux exportations sur certains marchés sensible.

Japon
Retour à l'index

Japon

1. Contexte
2. Emballage
3. Production d'aliments biologiques
4. Protection des animaux en production alimentaire
5. Éco-Étiquetage
6. Normes sur la gestion de l'environnement et de la qualité
7. Pour plus amples informations

Point clés

- Nouvelle loi sur les emballages d'aliments
- Demande croissante d'aliments biologiques

1. Contexte

Le Japon est le premier importateur net d'agroaliments dans le monde. Il s'approvisionne dans une proportion de 60 % à l'étranger pour une valeur totale de 31,1 milliards de dollars américains en 1994 ou 47,1 milliards de dollars américains si l'on inclut le poisson et les produits de poisson. La part des aliments transformés est considérablement plus petite, ne répondant qu'à environ 5 % des besoins alimentaires. La plupart des importations sont constituées de matières brutes et d'ingrédients alimentaires semi-transformés. Les coûts élevés de production au pays, l'appréciation du yen, la chute des barrières aux importations de produits agricoles et l'exploitation d'installations de transformation d'aliments appartenant à des Japonais à l'extérieur du pays ont contribué à l'augmentation des importations.

En 1994, les exportations d'agroaliments du Canada vers le Japon ont atteint 1,62 milliard de dollars, ce qui correspond à 5,4 % des importations totales d'agroaliments par le Japon. Les produits en vrac utilisés comme matières premières dans les usines de transformation japonaises proviennent surtout du Canada. Les aliments et les boissons à valeur ajoutée élevée ne représentent qu'une proportion relativement petite des exportations canadiennes. La figure 2 présente d'autres données

sur le commerce agroalimentaire entre le Japon et le Canada.

La loi environnementale de première importance pour les exportateurs d'agroaliments vers le Japon est la Loi sur le recyclage des matériaux d'emballage des aliments adoptée en 1995 dont il est question plus abondamment dans la section sur l'emballage. La salubrité, la qualité et l'étiquetage des aliments sont réglementés par la Loi sur la salubrité des aliments et la Loi sur les normes agricoles du Japon. Des avantages environnementaux connexes découlent de l'approche stricte prévue dans la Loi sur la salubrité des aliments en ce qui concerne les additifs alimentaires du fait qu'un nombre limité de substances peuvent être ajoutées aux aliments. Par exemple, la fumigation post-récolte utilisant du bromure de méthyle, destructeur d'ozone, est interdite. Les normes sur les résidus de pesticides dans les aliments ont modifié l'usage des pesticides dans les pays producteurs.

Les consommateurs japonais sont très préoccupés par la qualité et la salubrité des aliments étrangers tout en demeurant réceptifs aux nouveaux produits alimentaires et en s'adaptant à un régime d'alimentation de plus en plus international. On a obtenu très peu d'informations sur les activités des groupes de consommation et des groupes environnementaux japonais en ce qui concerne les aliments.

---

2. Emballage

Lois

La Loi sur le recyclage des matériaux d'emballage des aliments a été promulguée en 1995. Elle oblige les fabricants, les importateurs et les détaillants d'aliments et de boissons et les fabricants de contenants de mettre sur pied une organisation qui accepte et recycle les contenants qui ont été recueillis et triés par les municipalités. Ces dernières doivent présenter au gouvernement des programmes de collecte et de tri des déchets d'emballage recyclables. Le système de collecte et de recyclage doit être implanté d'ici au 1er avril 1997 et s'appliquer à trois matériaux : les bouteilles en verre, les boîtes de conserve et le PET (polyéthylène téréphtalate). L'ajout du papier et du plastique dans le programme de recyclage sera décalé jusqu'au 1er avril 2000. D'ici la fin de 1996, on établira des cibles pour la récupération et le recyclage de chaque type de déchet. Les coûts seront répartis par type de matériau entre les étapes de la fabrication et de la distribution d'une façon non encore déterminée.

Il y n'y a pas d'indices à savoir si es producteurs et les

exportateurs étrangers financeront directement la collecte et le recyclage, mais les importateurs d'aliments y seront contraints. Les coûts de tous les produits agroalimentaires emballés, importés ou non, augmenteront pour couvrir les coûts additionnels découlant de la gestion des déchets. Les différences de coût entre les types de matériau pourraient inciter les usines de transformation des aliments à opter pour des matériaux d'emballage moins coûteux ou pour des matériaux qui sont temporairement exemptés de la collecte et du recyclage.

Activité industrielle

Les épiciers détaillants et l'industrie des services de restauration ont commencé à mettre en oeuvre des programmes de réduction des déchets d'emballage. Par exemple, une importante chaîne d'épiceries passe graduellement à l'utilisation de récipients de transport réutilisables pour les produits frais et est en train d'éliminer certains déchets d'emballage en magasin, de réduire les déchets et les coûts et de se préparer à la mise en vigueur de la loi sur le recyclage des emballages des aliments en avril 1997. Quelques-unes de ces initiatives de réduction des déchets représentent un net revirement dans les habitudes de l'industrie agroalimentaire où les attentes des consommateurs à la recherche d'aliments de grande qualité se traduisent par l'utilisation, dans les usines de transformation, d'emballages de haute qualité esthétique. La conception des emballages évoluera avec l'entrée en vigueur de la nouvelle loi, mais il est probable que la qualité apparente des emballages sera un critère nécessaire pour la mise en marché réussie des aliments transformés vendus au détail.

Conséquences

Les producteurs et exportateurs canadiens devraient suivre les étapes de mise en vigueur de la loi en 1996 étant donné que les municipalités japonaises adopte une loi pour répondre à leurs besoins et que des cibles de récupération de recyclage seront fixées pour différents matériaux d'emballage. Tout aussi importantes sont les ententes volontaires conclues par l'industrie, comme la restriction sur l'emploi de bouteilles de boisson en PET imposée récemment.

---

3. Production d'aliments biologiques

Lois

En 1993, le ministre de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches a établi des directives pour l'étiquetage des produits agricoles biologiques. Six catégories de produits peuvent être étiquetées

selon la méthode de culture utilisée allant de l'utilisation réduite d'engrais chimiques ou de pesticides à synthèse chimique à une culture dans un sol qui n'a pas été traité pendant plus de trois ans avec des engrais ou des pesticides chimiques. Ces directives ne s'appliquent qu'aux produits cultivés au Japon; les produits cultivés à l'étranger ne peuvent pas être admissibles. Les programmes de certification des aliments biologiques d'Europe et des États-Unis sont reconnus au Japon et la qualité des aliments biologiques certifiés est perçue favorablement; toutefois, le grand nombre de programmes de certification américains (et probablement canadiens) ont suscité confusion et scepticisme de la part des consommateurs. Cette situation pourrait être atténuée par l'élaboration d'une norme internationale sur la production et l'étiquetage d'aliments biologiques selon le Codex Alimentarius. Les travaux sont en cours à cet effet.

Marché

En 1994, le marché japonais des aliments biologiques a atteint 500 millions de dollars américains. Les importations se sont élevées à environ 5 millions de dollars américains ou 1 % du total. On estime que le demande de produits biologiques s'est accrue au rythme annuel de 20 % depuis le milieu des années 1980. Selon le gouvernement japonais, la production intérieure de légumes biologiques a été d'environ 1 % de toute la production de légumes et le nombre de ménages utilisant les méthodes agricoles biologiques n'atteint que 1 %. Environ 90 % des détaillants offrent des produits biologiques, mais les difficultés citées concernent les canaux de distribution habituels. Les coopératives de consommateurs et les groupes de consommation représentent les plus gros distributeurs de produits biologiques au Japon. Ils s'allient avec les producteurs intérieurs et concluent des contrats directement avec les agriculteurs, court-circuitant le système de distribution courant.

On observe un intérêt grandissant pour les aliments biologiques chez les détaillants, les restaurateurs, les entreprises de transformation de produits alimentaires et les consommateurs. Même si les Japonais invoquent principalement la salubrité des aliments pour expliquer l'achat d'aliments biologiques, il faut noter que la protection de l'environnement est un facteur qui influence le consommateur, en particulier quand il s'agit du recours des produits chimiques en agriculture et de la durabilité de l'agriculture japonaise. (Your Market in Japan - Organic Vegetables, JETRO, 1994).

On note une nette croissance de la demande au Japon pour les aliments et les boissons susceptibles d'améliorer la santé et les fonctions physiologiques, croissance qui ne devrait ralentir étant donné que la population vieillit et que l'on continue de mettre l'accent sur la santé et la salubrité des aliments. Même si cette

tendance ne prend pas racine dans la protection de l'environnement, elle pourrait représenter une excellente opportunité pour les producteurs canadiens d'aliments biologiques sur le marché japonais si les aliments biologiques produits au Canada sont vendus comme étant supérieurs pour leur salubrité, leur qualité et leur valeur nutritionnelle.

4. Protection des animaux en production alimentaire

Aucune donnée n'appuie la thèse selon laquelle on se préoccupe beaucoup du bien-être des animaux chez les producteurs d'aliments au Japon. Bien que l'on ne puisse tirer aucune conclusion définitive sans approfondir cette question, on suppose que la protection des animaux ne constitue pas un argument de force pour les consommateurs japonais.

5. Éco-étiquetage

La Loi sur la salubrité des aliments, administrée par le ministère de la Santé et du Bien-être, prescrit l'application de normes d'étiquetage de qualité des aliments et des boissons transformés. La norme agricole japonaise est un sceau de qualité et d'étiquetage non obligatoire, administré par le ministère de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches. On compte 329 normes agricoles et 46 normes d'étiquetage des agroaliments. Les produits étrangers peuvent être admissibles. Les autres lois traitent des sceaux et des étiquettes donnant lieu à de fausses représentations et des mesures erronées. L'emploi de messages environnementaux dans l'étiquetage et la publicité n'est pas réglementée.

Nous ne possédons pas de données détaillées sur ce sujet, mais il est prévu qu'un système d'étiquetage sera nécessaire pour tout emballage d'aliments et de boissons afin de faciliter le tri et le recyclage des récipients conformément à la nouvelle loi sur le recyclage des emballages.

Les directives du ministère de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches sur les produits agricoles biologiques prévoient l'étiquetage de six catégories de produits, chacune décrivant l'attribut de la catégorie. Cet étiquetage est volontaire et ne s'applique qu'aux produits cultivés dans le pays.

Le programme japonais d'éco-étiquetage est un programme volontaire pour la promotion des biens de consommation supérieurs sur le plan de la protection de l'environnement. Ce programme comporte des normes pour huit catégories de produits d'aliments et de boissons.

6. Normes sur la gestion de l'environnement et de la qualité

Tous les produits transformés doivent respecter les normes sur la qualité et l'étiquetage régies par la Loi sur la salubrité des aliments. Pour obtenir une approbation d'exportation vers le Japon, les entreprises de transformation des aliments doivent fournir des informations sur les méthodes de transformation des aliments et sur les ingrédients de ces aliments. Les produits doivent être testés et approuvés conformément aux normes japonaises avant leur importation. L'incapacité de continuer de respecter ces normes peut causer le retrait du produit du marché jusqu'à ce que la situation soit corrigée et que l'on ait amélioré le contrôle de la qualité. L'eau embouteillée au Canada a été retirée du marché japonais pour cette raison.

Le respect des normes officielles de gestion de la qualité officielles comme la norme ISO 9000 est habituellement exigé des fournisseurs de l'industrie agroalimentaire japonaise. Une enquête récente menée par les fabricants japonais a révélé que le quart des répondants ont exprimé leur intention de s'enregistrer pour les normes de gestion de l'environnement ISO 1400. Les répercussions possibles sur les importations des agroaliments ne sont pas connues.

7. Pour plus amples informations

Japan External Trade Organisation
181 University Avenue, Suite 1600
Toronto (Ontario)
tél. : 415 861 0000

Union Européenne
Retour à l'index

Mise à jour: 2001 04 17

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

Union Européenne

1. Contexte
2. Emballage
3. Produciton d'aliments biologiques
4. Protection des animaux en production alimentaire
5. Éco-Étiquetage
6. Normes sur la gestion de l'environnement et de la qualité
7. Pour plus amples informations
8. Union Européenne : Réglementation sur les déchets d'emballage

Point clés

- Nouvelle loi sur l'emballage des déchets
- Demande croissante de produits biologiques
- Étiquetage pour la protection de l'environnement et des animaux

1. Contexte

L'Union européenne (UE) est un bloc économique et administratif de quinze pays membres d'Europe de l'Ouest qui ont ratifié le traité de Maastrich de l'Union européenne. Le traité a pour objectif de créer une union monétaire et économique entre les états membres. En effet, l'UE est un marché unique de 360 millions de personnes où circulent librement les marchandises, les travailleurs et le capital. L'Union européenne est le marché de produits agroalimentaires le plus grand au monde. La politique agricole commune de l'UE protège partiellement, par des quotas et des taxes, les industries agroalimentaires des pays membres des importations d'aliments transformés en provenance d'un pays tiers. Ces barrières seront graduellement réduites par l'application des négociations de l'Uruguay de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce.

Les échanges agroalimentaires de l'UE, y compris entre les états membres, se sont chiffrés à 200 G$US (milliards de dollars américains) en 1993. En 1994, les exportations canadiennes d'agroaliments vers l'Union européenne ont été évaluées à 1,4

G$. Les principaux débouchés offerts aux agroaliments canadiens étaient les quatre pays ayant l'économie la plus puissante : le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Italie. Les figures 3 à 6 donnent des détails sur les échanges commerciaux d'agroaliments avec chacun de ces pays. La Belgique et les Pays-Bas, qui possèdent des ports et des réseaux de transport excellents, sont la destination première d'environ 40 % des exportations canadiennes d'agroaliments, qui sont ensuite distribuées dans le reste de l'Europe.

Dans l'UE, l'application des lois peut se faire à tous les niveaux de gouvernement. La politique de subsidiarité de l'UE en matière d'environnement signifie que les décisions doivent se prendre au niveau de gouvernement le plus proche de la personne concernée. Par conséquent, même si l'UE est, en principe, un marché unique, l'existence de lois environnementales différentes dans les états membres peut créer des barrières à l'entrée de certaines marchandises dans certains pays, mais pas dans d'autres. Les lois de l'UE sur les exportations agroalimentaires et l'environnement peuvent consister en des réglementations de l'UE, qui s'appliquent aux pays membres comme le feraient des lois nationales, ou des directives de l'UE, qui demandent aux pays membres d'obtenir certains résultats précis, tout en leur permettant une souplesse considérable dans les moyens d'y parvenir.

Le cinquième Programme Action de l'Union européenne relativement à l'environnement préconise de comptabiliser les coûts environnementaux des biens et services marchands de façon que les produits écologiques aient un avantage concurrentiel. Comme l'agriculture et la politique agricole de l'Europe tiennent de plus en plus compte des considérations environnementales et des objectifs de durabilité, les consommateurs opulents peuvent s'attendre à ce que les importations alimentaires soient un reflet des valeurs agro-environnementales européennes. Voici certaines pratiques agricoles et certaines utilisations des terres qui sont subventionnées en vertu de la réglementation agro-environnementale de l'UE : agriculture biologique, gestion intégrée des nuisibles, protection de la biodiversité et protection de la qualité de l'eau et des sols.

Une réforme généralisée des lois de l'UE relatives aux aliments devrait commencer dès la publication, en 1996, du Livre vert sur les lois relatives aux aliments, après une consultation prolongée du grand public. L'enjeu : décider si oui ou non la réforme sera centrée étroitement sur la réglementation de questions telles que la sécurité alimentaire, la divulgation des ingrédients et l'étiquetage ou si elle ne suivra pas plutôt une approche plus vaste visant l'atteinte des objectifs de plusieurs groupes d'intérêt, y compris des groupes d'environnementalistes.

2. Emballage

Directive de L'UE

La directive 94/62 de l'UE sur les emballages et les déchets d'emballage, émise en décembre 1994, traite du problème environnemental de la gestion des déchets d'emballage en Europe, qui est devenue critique vu le manque d'espace pour leur enfouissement et les risques d'écroulement des échanges commerciaux dus à la diversité des lois en vigueur dans les pays membres. La directive 94/62 de l'UE fixe des objectifs pour la récupération des déchets et le recyclage des matériaux d'emballage, et exige que les pays membres recueillent des données sur la circulation des emballages. L'emballage doit correspondre au minimum requis pour la sécurité, l'hygiène et l'acceptation par le consommateur. Les constituants nocifs et dangereux doivent être réduits au maximum et l'emballage doit être propre à la réutilisation, au recyclage, à la récupération d'énergie ou au compostage. Des teneurs maximales en métaux lourds ont été fixées pour les matériaux d'emballage et les revêtements. Un système de classification et de marquage obligatoires sera adopté d'ici la fin de 1996 pour faciliter le tri et le recyclage. Après décembre 1997, les emballages non conformes seront interdits.

Les pays membres ont l'obligation d'appliquer la directive de l'UE par l'intermédiaire de lois nationales d'ici le 30 juin 1996; ils sont libres de choisir la méthode employée pour ce faire, à la condition de ne pas bouleverser le marché international et de ne pas nuire au respect de la directive dans les autres pays. Les objectifs nationaux en matière de récupération et de recyclage peuvent être plus rigoureux que ceux de la directive de l'UE.

Lois dans les pays membres

L'Allemagne était le chef de file européen en 1991, ses lois sur les déchets d'emballage exigeant que les parties responsables acceptent les emballages retournés. La collecte et le tri des déchets d'emballage sont subventionnés par les droits payés par les fabricants, les importateurs et les embouteilleurs pour la marque de commerce Point Vert, gérée par la Duales System Deutschland. Bien que les fabricants et les détaillants soient libres de concevoir d'autres systèmes d'emballage, il est peu probable dans la pratique que les détaillants acceptent de vendre des denrées de consommation dans des emballages ne portant pas le Point Vert. Dans la loi française sur l'emballage des déchets la responsabilité de la récupération et du recyclage des emballages est la suivante : emballages de vente, aux fabricants

et aux importateurs; emballages de transport, aux détaillants. La société Éco-emballages S.A. fut fondée dans le but de recueillir et de trier les déchets au niveau national. Une certaine latitude est permise dans l'exercice de la responsabilité de la gestion des déchets d'emballage. Actuellement, le paiement des droits de permis pour la marque de commerce "Point Éco-Emballages" ne semble pas obligatoire pour les denrées emballées. La situation peut changer au fur et à mesure du passage des programmes pilotes municipaux à l'échelle nationale.

Au Royaume-Uni et en Italie, les deux autres plus importants marchés européens d'exportation d'agroaliments pour le Canada, la portée de la loi sur l'emballage des déchets est limitée. De nouvelles lois peuvent être attendues pour 1996, lorsque ces pays appliqueront la directive 94/62 de l'UE.

La Belgique a combiné au modèle allemand des droits payés par les propriétaires de marque, les emballeurs et les importateurs, qui sont établis en fonction du type de matériau utilisé et de la quantité, la récente loi sur l'écotaxe. Les sociétés peuvent éviter cette taxe supplémentaire sur les contenants en verre et les cannettes si les objectifs nationaux de récupération sont respectés et si des systèmes de consigne, de retour et de réutilisation sont mis en place. Dans le cas des boîtes à boissons en carton, aucune écotaxe n'est prévue si elles contiennent des teneurs suffisantes en matériaux recyclés.

Dans les autres pays de l'Union européenne, la gestion des déchets d'emballage est aussi à un stade très variable. Par exemple, la Grèce, l'Irlande et le Portugal permettent un calendrier d'application plus long de la directive 94/62 de l'UE et des objectifs de récupération des déchets moins stricts; par contre, aux Pays-Bas, le plan environnemental national exige l'élimination complète de l'enfouissement des déchets d'ici l'an 2000.

Conséquences

Les producteurs et les exportateurs canadiens de denrées à valeur ajoutée vendues au détail doivent connaître à fond les détails de la loi sur les emballages en vigueur dans leurs pays d'exportation. Tant le type que la quantité de matériaux d'emballage sont importants pour décider des droits à payer pour la gestion des déchets, qui reviendront à l'importateur des marchandises canadiennes et qui seront reflétés dans ses coûts. Ces droits et les taxes supplémentaires varieront d'un pays membre à l'autre. Les nouvelles lois européennes sur les déchets d'emballage devront être contrôlées de près au fur et à mesure de leur entrée en vigueur en 1996 et les années suivantes.

3. Production d'aliments biologiques

Lois

Le règlement 2092/91 de la CE sur la production agrobiologique régit les moyens de production, d'inspection et d'étiquetage, et prévoit la certification des importations d'un pays tiers, administrée par les autorités nationales. Le règlement s'applique aux produits aussi bien d'origine végétale qu'animale, bien que seuls les produits d'origine végétale, transformés ou non, soient certifiés à ce titre. On est en train d'apporter la touche finale à des modifications au règlement de façon à inclure la viande, y compris la volaille, et les produits laitiers. La réglementation prévoit trois catégories d'étiquetage des aliments, transformés ou non : ingrédients biologiques à 95 %, ingrédients biologiques à 50-95 % et produits d'entreprises en voie de conversion à l'agriculture biologique. Certains pays membres ont aussi des lois nationales sur la production biologique de viandes, y compris la volaille, et de produits laitiers. Actuellement, les exportateurs canadiens de produits biologiques doivent recevoir la certification de l'UE à chaque envoi. Quand la loi canadienne sur la production d'aliments biologiques sera en vigueur, le Canada fera une demande de statut d'exportateur accrédité afin que soit reconnue la certification canadienne des produits biologiques.

Marché

L'Union européenne est le plus grand marché pour les aliments biologiques. En 1994, on a évalué que les produits biologiques occupaient une proportion de 0,5 % de la totalité du marché des produits agricoles dans l'UE, soit 1 G$ (milliard de dollars). Des études de marché ont prévu une augmentation rapide de la consommation des aliments biologiques, qui atteindra environ 2,5 % d'ici l'an 2000 dans les quinze pays membres de l'UE. Le nombre d'exploitations agricoles faisant appel à des méthodes biologiques et la superficie consacrée à l'agriculture biologique ont augmenté considérablement au cours de la dernière décennie, grâce en grande partie au règlement agro-environnemental de l'UE de 1992, qui prévoit des incitatifs monétaires à la production biologique.

La demande de produits biologiques varie selon le type de produit et le pays, mais elle est légèrement supérieure dans les pays du nord de l'Europe et inférieure dans les pays méditerranéens. Le Danemark, l'Allemagne, l'Autriche, la Suède et les Pays-Bas sont considérés comme des chefs de file dans la demande de produits biologiques et la conversion à l'agriculture biologique. Au Danemark (où les ventes de produits biologiques devraient, d'après des prévisions, occuper 20 % du marché d'ici l'an 2000), le gouvernement offre des incitatifs pour que la

superficie de terres consacrées à l'agriculture biologique augmente d'un facteur de dix d'ici l'an 2000, constituant ainsi 8 % des terres agricoles. En Autriche, environ 8 % des exploitations agricoles et 10 % des terres agricoles sont déjà consacrées à l'agriculture biologique et les aliments biologiques devrait, d'après des prévisions, s'assurer le tiers du marché d'ici 1998. En Suède, l'objectif est la culture biologique sur 10 % des terres arables.

Les aliments biologiques se vendent et dans les supermarchés et dans les magasins spécialisés. Le supplément payé pour un produit biologique varie selon l'aliment, mais il peut atteindre, voire dépasser 30 %. Au Royaume-Uni, la demande d'aliments biologiques est assez élevée pour que les entreprises de transformation et de conditionnement paient un supplément aux agriculteurs pour qu'ils convertissent leur exploitation à l'agriculture biologique, de façon à assurer des approvisionnements adéquats. Certains détaillants britanniques se plaignent cependant du fait que les aliments biologiques "pourrissent sur les tablettes" à cause du manque d'intérêt de la part des consommateurs.

La politique agro-environnementale de l'UE qui est de subventionner les exploitations agricoles européennes aura du succès si le soutien des prix est maintenu et si les consommateurs continuent de préférer les produits biologiques. Les producteurs et les exportateurs canadiens peuvent tirer profit de cette politique européenne et du marché qu'elle a créé. La majorité du marché des aliments biologiques semble constituée de denrées témoins comme les céréales, les légumineuses à graine, les fruits frais, les légumes, les oeufs et les produits laitiers. L'intérêt croissant porté aux céréales biologiques pour la fabrication de pain et de céréales transformées peut représenter l'une des meilleures occasions de vente sur le marché européen pour les producteurs canadiens d'aliments biologiques.

Autres

Un autre type de produits répondant aussi à la demande faite par le consommateur d'aliments produits moins intensivement : les aliments de "qualité conservation", qui sont mis sur le marché dans certains pays, dont le Royaume-Uni et les Pays-Bas. Les consommateurs sont assurés que la production des aliments a fait appel au minimum de produits pharmaceutiques et de produits chimiques agricoles et offert aux animaux la protection optimale. Certaines normes sont moins strictes que celles relatives aux aliments biologiques. Sans la présence d'un programme correspondant au pays, il se peut que les producteurs et les exportateurs canadiens aient des difficultés à voir leurs produits qualifiés pour cette dénomination.

4. Protection des animaux en production alimentaire

Tous les pays de l'UE possèdent des lois qui assurent une protection de base des animaux utilisés pour la production d'aliments. Certains consommateurs veulent être sûrs que les soins donnés aux animaux respectent des normes plus élevées. La raison peut en être un souci du bien-être des animaux ou la croyance que les produits d'animaux élevés "en libre parcours" ou "à l'extérieur" goûtent meilleur ou sont plus nutritifs. Lors d'un sondage effectué auprès des consommateurs britanniques sur l'alimentation et l'environnement, les personnes ont exprimé dans une proportion égale (70 %) leur souci du bien-être des animaux et de l'environnement. (Exposé présenté par C. Brown au Congrès de la CIAA, Food and Drink Industry 2000 en octobre 1995.)

La protection de base accordée aux animaux s'améliore grâce aux directives UE et aux lois nationales sur les licous et les batteries de cages pour poules, par exemple. Il semblerait que le Royaume-Uni, la Suède et le Danemark soient les chefs de file européens en matière de lois sur une meilleure protection des animaux, peut-être à la suite des pressions exercées par les citoyens. Durant le resserrement des normes dans les divers pays membres, il peut survenir une pression pour que les détaillants des pays aux normes les plus élevées ne défavorisent pas les producteurs domestiques, car une meilleure protection des animaux implique une augmentation des coûts de production. Au moins une chaîne de supermarchés britanniques a promis de ne pas acheter de viande de producteurs moins "soucieux de la protection des animaux" que les producteurs britanniques. Les normes élevées de protection des animaux peuvent être utilisées avantageusement comme outils de mise en marché pour l'exportation une approche que la Suède préconise pour l'exportation de ses viandes vers la Grande-Bretagne.

Les considérations de protection des animaux sont un important aspect des exigences relatives à la production biologique de viandes, entre autres de volaille, et de produits laitiers. Les ébauches de règlements canadiens sur la production d'aliments biologiques incluent des critères de protection des animaux dans la production biologique de viandes, entre autres de volaille, et de produits laitiers. Une fois complétée et reconnue par l'UE, cette réglementation pourrait constituer un système d'accréditation des produits canadiens "soucieux de la protection des animaux". Les exportations canadiennes de boeuf vers l'UE sont actuellement limitées par un interdit de l'emploi d'hormones de croissance; peu d'installations canadiennes de traitement des viandes ont été approuvées comme exportateurs vers l'UE. La capacité européenne de production est excédentaire dans le domaine des produits laitiers. La portée d'une attaque du créneau de marché

offert par la protection des animaux semblerait limitée pour le Canada.

5. Éco-étiquetage

Dans l'UE, l'étiquetage des aliments est fortement régi par des directives et des règlements. La principale loi est la directive du Conseil sur l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires, et ses modifications. D'autres directives traite de la divulgation des ingrédients, de la teneur nutritionnelle, de la langue et des mesures. Aucune de ces lois ne porte sur les propriétés écologiques des aliments. Il existe cependant d'autres normes sur l'éco-étiquetage des aliments, qui sont soit impératives, soit volontaires.

Dans le cadre de l'application de la directive 94/62 de l'UE, tous les matériaux d'emballage devront être marqués d'un code numérique spécial facilitant leur tri et leur recyclage. L'élaboration du système de marquage devrait être complétée vers la fin de 1996.

L'étiquetage des aliments biologiques est administré par les autorités nationales de chaque pays, en vertu du règlement 209291 de la CE sur les produits d'origine végétale et, le cas échéant, des lois nationales sur les produits d'origine animale.

Des plans d'étiquetage parrainés par des groupes de producteurs, des sociétés de protection des animaux et des gouvernements nationaux visent à susciter l'intérêt des consommateurs soucieux de la protection des animaux en production alimentaire. Cette classe d'étiquetage inclut l'étiquette "qualité agricole assurée" ("farm-assured quality") de groupes d'agriculteurs respectant une certaine norme de protection des animaux; les logos "en libre parcours" ("free range") et "aliment liberté" ("freedom foods") qui s'appliquent aux viandes, entre autres à la volaille, et aux produits laitiers venant d'animaux élevés à l'extérieur pendant un laps de temps prévu. Il se peut que ces étiquettes, qui visent à protéger les producteurs locaux, ne soient pas très accessibles aux produits canadiens.

Ayant taxé de parfait fiasco le programme d'éco-étiquetage de l'UE, le commissaire à l'environnement de l'UE planifie sa révision. Le programme d'éco-étiquetage de l'UE n'inclut actuellement aucune norme sur les aliments, les boissons et les emballages. Les pays membres qui ont des normes d'éco-étiquetage sur les emballages de transport ou la consigne des bouteilles sont, entre autres, la France, l'Italie, l'Allemagne, l'Autriche et les pays nordiques. Aucun des pays membre ne possède une norme nationale sur l'éco-étiquetage des aliments

et boissons.

En Grande-Bretagne et en France on rapporte que la prolifération actuelle de logos, d'étiquettes et de revendications d'ordre environnemental et qualitatif sur les aliments et boissons pose le risque de fatiguer le consommateur et de le rendre méfiant. (Une unité de surveillance des consommateurs trouve que les revendications "vertes" faites sur les produits sont trompeuses et sans signification - "Green" Claims on Products, Misleading, Meanningless, Consumer Watchdog Unit Finds - BNA International Environment Reporter, p. 289, le 3 avril 1996.)

6. Normes sur la gestion de l'environnement et de la qualité

Deux programmes volontaires de certification en gestion de l'environnement peuvent être en place en Europe d'ici la fin de l'année. Le plan européen de vérification et d'écogestion (EMAS) a été mis en place, à titre volontaire, en vertu du règlement 183/93. Jusqu'ici, seulement 140 sociétés, dont 122 sont allemandes, sont certifiées dans le cadre d'EMAS. La série de normes ISO 14000 sur la gestion de l'environnement devrait être prête en 1996. Il est peu probable que l'un ou l'autre de ces plans aient des répercussions à court terme sur les transformateurs d'aliments canadiens.

Actuellement, toute la viande exportée par le Canada vers l'Union européenne doit venir d'abattoirs et d'installations d'emballage et de refroidissement inspectés et approuvés pour expédition par l'UE. Dans la procédure actuelle, des inspecteurs du gouvernement canadien inspectent chacune des installations canadiennes qui demandent un permis d'exportation de viande vers l'UE avant d'en recommander l'approbation par l'UE. Le respect d'une norme officielle de gestion de la qualité, tel le Système de l'analyse des risques point critique pour leur maîtrise ou ISO 9000, n'est pas encore exigé pour l'approbation par l'UE. Un pays membre au moins exige une certification ISO 9000 à l'effet que l'expédition est exempte de salmonelles.

7. Pour plus amples informations

Packaging Recycling Worlwide,
Duales System Deutschland,
Frankfurter Strasse, 720-726,
51170 Köln, Allemagne

Allemagne
Retour à l'index

Mise à jour: 2001 04 17 Avis et avertissements importants

États-Unis d'Amérique

1. Contexte
2. Emballage
3. Production d'aliments biologiques
4. Protection des animaux en production alimentaire
5. Étiquetage et caractéristiques environnementales
6. Normes sur la gestion de l'environnement et de la qualité
7. Pour plus amples informations

Point clés

- Lois d'États sur l'emballage
- Croissance du marché des aliments biologiques

1. Contexte

Aux États-Unis, la consommation annuelle d'aliments et de boissons est évaluée à 400 milliards de dollars américains. En 1994, la valeur des aliments et des boissons importés a atteint 21 milliards de dollars américains, soit 5 % de la consommation totale. Les importations totales d'agroaliments ont été plus élevées, se hissant à 29 milliards de dollars américains.

Les États-Unis sont le premier marché d'exportation du Canada pour les produits agroalimentaires transformés et semi-transformés. En 1994, le Canada a enregistré des exportations plus élevées vers les États-Unis, soit une valeur estimée à 5,2 milliards de dollars américains. Presque la moitié était composée de produits à valeur ajoutée prêts à la consommation. Des données plus détaillées sur le commerce canado-américain d'agroaliments son présentées à la figure 7.

Les lois et règlements sur l'environnement qui intéressent le plus les exportateurs et les producteurs canadiens sont celles adoptées par les différents États sur la gestion des déchets d'emballage. Un fait récent concernant la clause Delaney de la loi sur les aliments, les drogues et les cosmétiques (Food, Drug et Cosmetic Act) exige du gouvernement qu'il exclut les teneurs maximales en résidus de pesticides dans les aliments

transformés. Cette clause suppose des changements à la production et à la transformation des aliments exportés vers les États-Unis. Un autre élément législatif qui risque d'avoir des répercussions est le décret 12873 qui ordonne à l'Environmental Protection Agency de rédiger un document d'orientation sur la production de biens et de services écologiques, qui pourraient inclure les agroaliments et leur emballage.

Le vaste marché américain est diversifié et très concurrentiel et se distingue plus par ses caractéristiques régionales que par son homogénéité. Parmi les principales tendances qui dessinent chez les consommateurs américains pendant la présente décennie, on note la croissance des aliments fonctionnels, l'accent sur les aliments frais et salubres, les aliments biologiques et les aliments exempts de viande. (A.E. Sloan, Top Ten Trends, Food Technology, juillet 1994.) La santé plus que l'environnement est le moteur de ces tendances. Néanmoins, le marché est suffisamment immense et prospère pour offrir des possibilités pour les produits à créneau, notamment ceux qui se distinguent par leurs qualités environnementales.

Il a été plus difficile d'obtenir des informations sur les aspects environnementaux du commerce des agroaliments et les tendances observées aux États-Unis que sur les autres marchés. Par conséquent, il existe des lacunes d'information. À cause de ces limites, on a mis l'accent dans la présente section sur deux aspects : les emballages et les aliments biologiques.

---

2. emballage

Lois

La gestion de déchets d'emballage est réglementée au niveau des États. C'est pourquoi il existe une large éventail de programmes d'État pour traiter les questions liées aux restrictions en matière d'emballage, au recyclage et aux droits ou taxes.

Comme dans les autres pays, les contenants à boisson sont soumis à une réglementation différente des autres matériaux d'emballage dans de nombreux États américains. Dix États, dont la Californie, le Michigan et New York ont adopté une loi sur la consignation des contenants de bière, de boissons gazeuses et d'autres boissons comme les vins-sodas, les eaux minérales et les cocktails. L'ajout à la loi pour inclure les contenants pour le vin, les boissons alcoolisées, les jus et autres boissons dans le système de consignation a eu lieu dans huit États en 1995.

Dix-huit États ont promulgué une loi pour réduire la teneur en métaux lourds dans les emballages, en se basant sur la loi

modèle de réduction des résidus toxiques élaborée par la Coalition of Northeastern Governors (CONEG).

Les lois d'État traitent habituellement de questions spécifiques relatives aux déchets plutôt que des solutions globales de réduction des déchets d'emballage axées sur la réduction à la source, la réutilisation, le recyclage et la recyclabilité. La CONEG a mis au point une loi modèle de réduction des déchets d'emballage en mettant l'accent sur la responsabilité des producteurs. La loi modèle n'a pas encore été adoptée par un seul État.

Les quelques interdictions de certains types d'emballage résultent des préoccupations que soulève le mauvais traitement de la faune sauvage, ce dont sont au fait les producteurs canadiens : les onglets métalliques détachables et les anneaux en plastique pour bouteilles. Les règlements sur les teneurs minimales sont également limités. La Californie et l'Oregon exigent que tous les contenants en verre contiennent une teneur minimale de matières recyclables. La teneur recyclée des contenants en plastique rigide est réglementée au Wisconsin, en Californie et en Oregon. Dans l'État de New York, la teneur minimale en matière recyclable dans les emballages est volontaire, mais la réglementation établit les quantités nécessaires pour que l'emblème «recyclée» puisse être apposé.

---

3. Production d'aliments biologiques

Lois

Lois fédérales : La loi Organic Foods Production Act (OFPA) a été appliquée dans le cadre du Farm Bill de 1990. L'OFPA exige du U.S. Department of Agriculture qu'il élabore une norme nationale sur la production d'aliments biologiques et un règlement conforme à cette norme. Le règlement n'était pas au point en septembre 1996. Lorsqu'il sera terminé, le règlement devrait stipuler que tous les aliments portant le sceau «biologique» devra avoir été certifié par un organisme accrédité qui respecte les normes élaborées par le National Organic Standards Board. Le règlement est censé décrire en détail une méthode d'évaluation des programmes étrangers équivalents, et fournir ainsi un moyen de certifier les aliments biologiques importés.

Lois d'État : Avant la fin de 1995, 30 États avaient voté des lois sur l'utilisation du terme «biologique». Les lois d'État varient en portée et contenu. Les producteurs étrangers sont en mesure de certifier les aliments biologiques en vente dans certains États. Dans d'autres, la nécessité d'obtenir une certification par un organisme de l'État peut rendre le processus onéreux. La

réglementation fédérale en cours d'élaboration vise à établir une norme biologique nationale et de niveler les différences entre les programmes de certification biologique des différents États.

Marché

Les chiffres sur la consommation d'aliments biologiques aux États-Unis peuvent manquer de précision à cause de l'absence d'un programme de certification biologique uniforme. Selon l'Organic Marketing Overview, les ventes de produits biologiques ont atteint 2,8 milliards de dollars américains en 1995, ce qui représente une fraction significative des 6,1 milliards de dollars américains en produits naturels vendus au détail. On estime que la demande d'aliments biologiques croît au rythme de 20 % par année et que la demande de produits biologiques à valeur ajoutée augmente elle aussi. Par exemple, les ventes d'aliments biologiques congelés en 1995 ont atteint 98 millions de dollars, soit une hausse de 36 % par rapport à l'année précédente.

Les magasins d'aliments naturels sont les principaux points de vente des aliments biologiques. Dans les supermarchés, les ventes d'aliments biologiques ne représentent que 10 % des ventes au détail.

L'USDA a signalé en 1992 que 0,1 % des terres agricoles aux États-Unis étaient consacrées à la production d'aliments biologiques et que 0,2 % des fermes étaient certifiées biologiques.

4. Protection des animaux en production alimentaire

La légiférération par les États dans le secteur des droits des animaux et l'intérêt croissant des consommateurs pour le végétarisme témoignent d'une préoccupation grandissante pour la protection des animaux dans la production des aliments ou l'élaboration de programmes spécifiques de marketing et de certification basés sur la protection des animaux.

5. Éco-étiquetage

L'étiquetage des aliments destiné à informer les consommateurs sur notamment les valeurs nutritives, les ingrédients, la qualité et les quantités est réglementé au niveau fédéral. La Federal Trade Commission a adopté en 1992 des directives nationales sur l'emploi de revendications d'ordre environnemental en publicité, dont celle sur les emballages. Ces directives de FTC ont été incorporées dans l'appareil législatif de sept États, incluant la Californie, le Michigan et le Maine. Le Green Report II, rédigé par

les procureurs généraux de onze États, traite de l'utilisation d'emblèmes environnementaux et d'éco-étiquetages et il sert de base à certaines lois d'État.

L'organisme d'éco-étiquetage des États-Unis, Greenseal, n'a pas encore élaboré de norme d'éco-étiquetage pour les aliments, les boissons ou les emballages.

L'étiquetage des produits biologiques, maintenant légiféré par les États, sera réglementé par la loi fédérale sur la production des aliments organiques, dès que le règlement aura été établi.

Le codage des contenants en plastique avec de la résine facile à recycler est obligatoire dans trente-neuf États.

6. Normes sur la gestion de l'environnement et da la qualité

Aucun information n'a été obtenue sur la mise en oeuvre de programmes de gestion de l'environnement dans l'industrie américaine des aliments. Les lois américaines qui exigent un point de contrôle critique d'analyse des dangers dans le cas de la transformation des poissons et fruits de mer ne devraient pas être appliquées aux autres industries alimentaires. Comme ce point de contrôle est basé sur la salubrité des aliments, il pourrait être obligatoire pour les producteurs étrangers qui souhaitent exporter vers les États-Unis.

7. Pour plus amples informations

Grocery Manufacturers of America
1010 Wisconsin Ave NW #900
Washington, DC 20007, USA
tél. : 202 337 9400

Bibliographie
Retour à l'index

Mise à jour: 2001 04 17

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

Bibliographie

- Rapports et lois du gouvernement
- Articles de journaux et monographies
- Principaux contacts
- Autres contacts

Rapports et lois du gouvernement

1. Agriculture et Agroalimentaire Canada. Profil du marché agroalimentaire de la France, 1995.
2. Agriculture et Agroalimentaire Canada. Agri-Food Market Profile on Germany, 1995.
3. Agriculture et Agroalimentaire Canada. Agri-Food Market Profile on the United Kigndom, 1995.
4. Agriculture et Agroalimentaire Canada. Analyse de marché: Rapport sur le Japon, mars 1996.
5. Agriculture et Agroalimentaire Canada. Market Synopsis Agri-Food Products: Japan, 1995. Par S. Jorgensen, 12 juillet 1995.
6. Agriculture et Agroalimentaire Canada. German Synopsis, 1995. Par S. Marcus, 28 juillet 1995.
7. Agriculture et Agroalimentaire Canada. What's Hot and What's Not in the U.S. Food Market, 1995. Par L. Robbins, décembre 1995.
8. Agriculture et Agroalimentaire Canada. Tendances mondiales de la demande d'aliments, 1995. Par L. Stewart, décembre 1995.
9. Agriculture Canada. Commerce et environnement: l'aspect agricole. Document de travail, 1994. Mars 1994.
10. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Tendances de l'agroalimentaire et de l'agriculture en France, 1995. Décembre 1995.
11. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Tendances de l'alimentation au Japon, 1994. Juillet 1994. Document 169CA.
12. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Tendances de l'alimentation au Japon, 1996.

Janvier 1996. Document no 76731.
13. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Service d'information sur le marché agroalimentaire du Royaume-Uni, 1995. Mai 1995. Document no 84204.
14. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Royaume-Uni - Tendances: les aliments au Royaume-Uni, 1995. Avril 1995. Document no 84201.
15. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Royaume-Uni - Tendances: les aliments au Royaume-Uni, 1996. Février 1996.
16. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector in Belgium, 1996. Le 4 janvier 1996.
17. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector in Denmark, 1996. Le 4 janvier 1996.
18. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector in Finland, 1996. Le 4 janvier 1996.
19. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector and Agri-Food Sector in France, 1996. Le 4 janvier 1996.
20. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector in Germany, 1996. Le 4 janvier 1996.
21. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector in Greece, 1996. Le 4 janvier 1996.
22. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector in Italy, 1996. Le 4 janvier 1996.
23. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector in Japan (Osaka), 1995. Le 21 décembre 1995. Document no 00010.
24. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agricultural Sector in Japan (Tokyo), 1995. Le 22 décembre 1995. Document no 00014.
25. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. The Market for Healthy Food Products in Japan, 1995. Par la Fuji Chimera Research Institute, Inc., le 27 mars 1995.
26. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Canadian Exporters' Handbook on doing Business in the Japanese Food, Beverage and Seafood Markets, 1993. Par la Fuji Keizai Co., Ltd., septembre 1995. Document 431CA.
27. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Agriculture au Danemark - Progression de la demande d'aliments biologiques, 1995. Le 17 mai 1995. Document no 84503.

28. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. L'industrie des aliments de santé, 1993. Le 1er janvier 1995. Document 50UA.
29. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Stratégie d'exportation pour la mise en marché de produits alimentaires à valeur ajoutée, 1994. Mai 1994. Document no. 34003.
30. Japan External Trade Organization. Your Market in Japan Organic Vegetables, 1994. Mars 1994. No 100 (AG-50).
31. Japan External Trade Organization. Your Market in Japan Health-Oriented Food, 1994. Mars 1994. No 99 (AG-49).
32. Japan External Trade Organization. Labelling Systems for Processed Foods in Japan: An Overview, 1995. Mars 1995.
33. Services de la Commission européenne. Report on United States Barriers to Trade and Investment, 1996.
34. USDA, Foreign Agricultural Service. Austria: Agricultural Situation: Impact of Accession on Food Regulations, 1995. Par W. Krucsay, le 17 avril 1995. AG AGWRLD AU5010.
35. USDA, Foreign Agricultural Service. Denmark. Market Development Reports; Danish Regulations for Organic Production, 1995. Par L. Worm, le 15 mars 1995. AG AGWRLD DA 5004.
36. USDA, Foreign Agricultural Service. Germany's Food Market, 1995. Le 24 février 1995.
37. USDA, Foreign Agricultural Service.Germany, Federal Republic of, Agricultural Situation: Organic Food, 1995. Par D. Achilles, le 17 avril 1995. AG AGWRL GM5027.
38. USDA, Foreign Agricultural Service. Italy; Agricultural Situation: Information on Food Labelling and Ingredient Law, 1995. Par H. Higgins, le 17 ovembre 1995. AG AGWRLD IT5712.
39. USDA, Foreign Agricultural Service. Japan; Agricultural Situation; Packaging is Still Half the Battle in Japan, 1995. Par M.A. Dries, le 19 juin 1995. AG AGWRLD JA5035.
40. USDA, Foreign Agricultural Service. Japan; Agricultural Situation: The Japanese Retail Market for Food Products, 1995. Par D. Salmon et A. Stovall, le 20 septembre 1995. AG AGWRLD JA5530.
41. USDA, Foreign Agricultural Service. Japan; Agricultural Situation: Introduction to Japan's Organic Fruit/Veg. Market, 1994. Par J.V. Jenni, le 18 octobre 1994. AG AGWRLD JA4092.
42. USDA, Foreign Agricultural Service. Japan's Food Market, 1995. Le 24 février 1995.
43. USDA, Foreign Agricultural Service. United Kingdom's Food Market, 1995. Le 24 février 1995.
44. USDA, Foreign Agricultural Service. United Kingdom, Agricultural Situation; Annual Report (UK9524A) 1995. Par R. Ali, le 20 septembre 1995. AG AGWRLD UK5064.
45. USDA, Foreign Agricultural Service. United Kingdom, Agricultural Situation: Exporters Guide to EU Foodstuffs

Legislation, 1994. Par C.T. Chapman, le 1er septembre 1994. AGR Number UK4517.
46. US Department of Commerce, International Trade Administration. Country Commercial Guides: European Union, 1995. Le 23 août 1995. IT CCG EURUNION.
47. US Department of Commerce, International Trade Administration. Country Commercial Guides: Germany, 1995. Le 23 août 1995. IT CCG GERMANY06.
48. US Department of Commerce, International Trade Administration. Country Commercial Guides: Japan, 1995. Le 23 août 1995. IT CCG JAPAN04.
49. US Department of Commerce, International Trade Administration. Japan - Packaging Recycling Law - IMI951108, 1995. Par K. Nakada, le 11 août 1995. IT MARKET IM951108.016.
50. US Department of Commerce, International Trade Administration. Why EC Environmental Policy Will Affect American Business, 1993. Par C. Vial, le 15 mars 1993. IT BAM 03/08/93ART06.
51. U.S. International Trade Commission. Impact of Environmental Disposal Laws on Packaging Worldwide, 1994. TC ITTR ITTROCT94CH2.
52. Parlement européen et Conseil de l'Union européenne. Directive du Conseil 79/112/EC du 18 décembre 1978 relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires destinées au consommateur final, ainsi que la publicité faite à leur égard.
53. Parlement européen et Conseil de l'Union européenne. Règlement (CE) no 9065/95 du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne concernant les nouveaux aliments et les nouveaux ingrédients alimentaires (provisoire).
54. Parlement européen et Conseil de l'Union européenne. Règlement (CEE) no 2092/91 du 24 juin 1991 concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et les denrées alimentaires.
55. Parlement européen et Conseil de l'Union européenne. Directive no 94/62/CE du 20 décembre 1994 relative aux emballages et aux déchets d'emballages.

Articles de journaux et monographies

1. Baillieux, P. et A. Scharpe. L'Agriculture biologique. Bruxelles. Office des publications officielles des Communautés européennes, 1994.
2. Bank, K.M. «How Green is my Product and Package: The

Federal Trade Commission's Environmental Marketing Guidelines». Food and Drug Law Journal 49 (1994) 499-509.

3. Brown, C. The 21st Century Consumer Meeting the Challenges of the 21st Century Consumer. CIAA Congress Food and Drink Industry 2000, Bruxelles, le 24 octobre 1995.
4. Esty, Daniel C. Greening the GATT: trade, environment and the future. Washington, D.C., Institute for International Economics, 1994.
5. Eurofood/Agra Europe. Septembre 1995 - mars 1996.
6. Food and Agricultural Organization. La situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture, 1994. Collection FAO: Agriculture; Rome: FAO, 1994.
7. Food and Agricultural Organization. La situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture, 1995. Collection FAO: Agriculture; Rome: FAO, 1995.
8. Glomski, W.A. «ISO 9000 - The Global Perspective». Food Technology. Décembre 1994. 57-59.
9. Grocery Manufacturers of America, 1995 Year End Report State Legislative and Regulatory Action. Washington D.C., G.M.A., 1996.
10. Hallermayer, E., H. Hupf, W. Kristi, K, Shröder et H. Steib, eds. Food Exports to the Federal Republic of Germany, 6e éd., Eschborn: Protrade, 1995.
11. Service d'information. Commission européenne: Le Rapport sur l'état d'avancement du cinquième programme d'action pour l'environnement. Supplément d'Agromonde Service no 436, le 15mars 1996. 1996. 1-12.
12. Mermelstein, N.H. «A Regulatory Look Back at 1995». Food Technology, décembre 1995. 44-47.
13. Mermelstein, N.H. «Nutrition Labelling Regulatory Update». Food Technology, juillet 1994. 62-71.
14. Pallett, A.J.M. «ISO 9000 - The Company's Viewpoint». Food Technology, décembre 1994. 60-62.
15. (Petra, Rob). Packaging Recycling Worldwide. Köln: Duales System Deutschland GmbH. 1995.
16. Sloan, A.E. «Top Ten Trends to Watch and Work On». Food Technology (juillet 1994) 89-100.
17. Sundue, B. «Les consommateurs achètent-ils réellement des aliments verts ? Résultats de l'Étude sur les consommateurs et l'environnement.» Visions, vol. 4, no 2 (1993) 1-6.
18. The Bureau of National Affairs, Inc., International Environment Reporter 1994-1996.
19. The Bureau of National Affairs, Inc., «The European Union». International Environment Reporter, septembre 1994: 69 - 79.
20. The Bureau of National Affairs, Inc., World Food Regulation Review, 1995-1996.
21. Thompson Publishing Group. Environmental Packaging.

1995-1996.
22. US Department of Agriculture. «Knowing EU Import Requirements: A Must for U.S. Exporters.» AgExporter, février 1995: 14-17.
23. Walsh, C. ed. National Organic Directory CAFF 1996. California:Community Alliance with Family Farmers. 1996.
24. Whittemore, C.T. «Response to the Environmental and Welfare Imperatives by U.K. Livestock Production Industries and Research Services.» Journal of Agricultural and Environmental Ethics 8(1) 1995, 65-84.
25. Worley, C.T. et al. «Food Label Regulations in the United States and the European Community: International Trade Facilitators of Non Tariff Barriers.» Journal of International Food and Agribusiness Marketing 7(2) 1995 91-102.

Principaux contacts

1. Eurogroup for Animal Welfare. 13, rue Boduognat B-1040 Bruxelles, Belgique. Téléphone: 02 231 13 88,. Télécopieur: 02 230 1700.
2. Commission européenne. Bureau 330, 111, rue Albert, Ottawa (Ontario) K1P 1A5. Téléphone 613 238 6464. Télécopieur: 613 238 5191.
3. Grocery Manufacturers of America. 1010 Wisconsin Avenue NW, suite 800, Washington, DC 20007 É.U. Téléphone: 202 337 9400. Télécopieur: 202 337 4508. John Bradbury, Environmental Affairs.
4. Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique. Angleterre. Téléphone: 44 1117 929 0661. Télécopieur: 44 117 925 2504.
5. Japan External Trade Organization. 181 University Avenue, suite 1600, Toronto (Ontario) M5H 3M7. Téléphone: 416 861 0000. Télécopieur; 416 861 9666.
6. National Food Processors Association. 1401 New York Avenue, NW, Suite 400, Washington, DC 20003, É.-U. Téléphone: 202 639 5909. Télécopieur: 202 639 5932.
7. National Organic Program, USDA, Room 2510, South Bldg, PO Box 96456, Washington, DC 20090-6456, É.-U. Téléphone: 202 720 3252. Télécopieur: 202 720 7808.
8. Organic Trade Association. PO Box 1078, Greenfield, MA, 01302, É.-U. Téléphone: 413 774 7511. Télécopieur: 413 774 6432.

Autres contacts

1. Bureau Européen des Unions des Consommateurs.

Bruxelles. Télécopieur: 322 735 7455.
2. Association canadienne de l'emballage. Canada. Téléphone: 416 490 7860.
3. Compassion in World Farming. Royaume-Uni. Télécopieur: 44 1 730 260791.
4. Council on Packaging and the Environment. É.-U. Téléphone: 202 331 0099.
5. Deutches Verpackunginstitut E.V. Allemagne. Télécopieur: 49 30 46307 400.
6. Eco-Management Institute. Japon. Télécopieur: 81 3 3462 4860.
7. Bureau européen de l'environnement. Bruxelles. Télécopieur: 32 2 539 09 21.
8. Greenpeace Allemagne. Allemagne. Télécopieur: 49 30 238 5745.
9. Unité CE de Greenpeace. Bruxelles. Télécopieur: 322 230 8413.
10. Greenseal. É.-U. Téléphone: 202 331 7337.
11. International Fund for Animal Welfare. É.-U. Téléphone: 508 362 6268.
12. Télécopieur: 508 362 5841.
13. Japan Packaging Institute. Japon. Télécopieur: 81 33543 8970.
14. Ms Matsuda. Committee of the Consumers Behaviour, Ministry of International Trade and Industry, Japon. Téléphone/télécopieur: 048 223 8032.
15. Netherlands Society for Nature and Environment. Pays-Bas. Télécopieur: 31 30 233 1311.
16. Nippon Ecology Network. Japon. Téléphone: 03 5228 3344. Télécopieur: 81 03 5228 3362.
17. People for the Ethical Treatment of Animals. É.-U. Téléphone: 301 770 7444.
18. Conseil canadien des normes. Canada. Téléphone: 613 238 3222. Télécopieur: 613 995 4564.

Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec :
Retour à l'index

Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec :

Earl New
Bureau des aliments
Agriculture et Agroalimentaire Canada
930, avenue Carling, pièce 5112
Ottawa (Ontario) K1A 0C5

Téléphone : 613-759-7511
Télécopieur : 613-759-7480
Email: newe@em.agr.ca

Retour à l'index